

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL
UNIVERSITÉ D'AVIGNON ET DES PAYS DE VAUCLUSE
ÉCOLE DU LOUVRE

**MÉDIATION ET RÉCEPTION DES ŒUVRES NOUVEAUX MÉDIAS DANS
LES INSTITUTIONS MUSÉALES D'ART CONTEMPORAIN :
ÉTUDE DE CAS DU CP-MNAM/CCI EN RAPPORT AVEC LES CAS DU
MACM, DU WMAA ET DU ZKM**

THÈSE
PRÉSENTÉE EN COTUTELLE
COMME EXIGENCE PARTIELLE
DU DOCTORAT EN MUSÉOLOGIE, MÉDIATION, PATRIMOINE

PAR
JI EUN PARK

TOME I

JANVIER 2015

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL
Service des bibliothèques

Avertissement

La diffusion de cette thèse se fait dans le respect des droits de son auteur, qui a signé le formulaire *Autorisation de reproduire et de diffuser un travail de recherche de cycles supérieurs* (SDU-522 – Rév.01-2006). Cette autorisation stipule que «conformément à l'article 11 du Règlement no 8 des études de cycles supérieurs, [l'auteur] concède à l'Université du Québec à Montréal une licence non exclusive d'utilisation et de publication de la totalité ou d'une partie importante de [son] travail de recherche pour des fins pédagogiques et non commerciales. Plus précisément, [l'auteur] autorise l'Université du Québec à Montréal à reproduire, diffuser, prêter, distribuer ou vendre des copies de [son] travail de recherche à des fins non commerciales sur quelque support que ce soit, y compris l'Internet. Cette licence et cette autorisation n'entraînent pas une renonciation de [la] part [de l'auteur] à [ses] droits moraux ni à [ses] droits de propriété intellectuelle. Sauf entente contraire, [l'auteur] conserve la liberté de diffuser et de commercialiser ou non ce travail dont [il] possède un exemplaire.»

UNIVERSITÉ D'AVIGNON ET DES PAYS DE VAUCLUSE
ÉCOLE DOCTORALE 537 – Culture et Patrimoine

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL
ÉCOLE DU LOUVRE

PROGRAMME INTERNATIONAL DE DOCTORAT
EN MUSÉOLOGIE, MÉDIATION, PATRIMOINE

Thèse de doctorat conduite en vue de l'obtention des grades de :

DOCTEUR EN SCIENCES DE L'INFORMATION ET DE LA COMMUNICATION

&

PHILOSOPHIÆ DOCTOR, Ph. D.

&

DIPLÔME DE TROISIÈME CYCLE DE L'ÉCOLE DU LOUVRE

Ji Eun PARK

MÉDIATION ET RÉCEPTION DES ŒUVRES NOUVEAUX MÉDIAS
DANS LES INSTITUTIONS MUSÉALES D'ART CONTEMPORAIN :

Étude de cas du CP-MNAM/CCI

en rapport avec les cas du MACM, du WMAA et du ZKM

TOME I – Texte principal

*Sous la direction de Monsieur le Professeur Yves Jeanneret,
de Madame la Professeure Marie Fraser et de Madame Marie-Clarté O'Neill*

Soutenue le 9 décembre 2014

Jury :

Monsieur le Professeur Yves JEANNERET, Université Paris IV Sorbonne - CELSA

Madame la Professeure Marie FRASER, Université du Québec à Montréal

Madame Marie-Clarté O'NEILL, Ecole du Louvre, Paris

Monsieur le Professeur émérite Daniel JACOBI, Université d'Avignon et des Pays de Vaucluse

Madame la Professeure Jennifer CARTER, Université du Québec à Montréal

Madame le Maître de conférences Annie GENTÈS, Ecole Télécom Paris Tech

Madame la Professeure Christine BERNIER, Université de Montréal

Madame la Directrice Catherine GUILLLOU, Direction des Publics du Centre Pompidou

CP-MNAM/CCI : Centre Pompidou-Musée national d'art moderne/Centre de création industrielle

MACM : Musée d'art contemporain de Montréal

WMAA : Whitney Museum of American Art

ZKM : Zentrum für Kunst und Medientechnologie

à Umma et Appa,

REMERCIEMENTS

Le parcours de recherche aboutissant à cette thèse a été une aventure passionnante et extraordinaire mais éprouvante. J'ai eu non seulement des moments de doute en tant que chercheur, mais j'ai dû aussi surmonter les obstacles de la vie, quelquefois peu propices à la poursuite de ma recherche. Au delà des difficultés auxquelles j'ai été confrontée, j'ai retenu que ce qui compte le plus dans la recherche est finalement de ne pas oublier qu'il s'agit de modestement contribuer à construire l'humanité, ceci outre ce qui va de soi avec la recherche, l'enrichissement de la connaissance. Autant ces obstacles furent difficiles à surmonter, autant c'est un grand bonheur d'avoir mené à terme ce parcours. Sans ces personnes à qui je dois tant et que je remercie ici, je ne serais certainement pas arrivée à terminer celui-ci.

Je remercie avant tout l'établissement de l'Ecole du Louvre où j'ai commencé mes études en France et qui m'a soutenue et encouragée tout au long de ma recherche. Je remercie particulièrement Madame Marie-Clarté O'Neill, qui m'a accompagnée dans mes recherches avec attention et bienveillance, depuis mon master I, en stimulant ma curiosité sur la question de la réception de l'art par le public.

Mes remerciements vont également à mes directeurs de thèse :

* Monsieur le professeur Yves Jeanneret de l'université Paris IV Sorbonne - Celsa, qui a accompagné le parcours de ma recherche avec la plus extrême rigueur, avec la vision extraordinaire du chercheur qu'il est et m'a donné l'occasion d'une réflexion approfondie sur le sens de la vie de chercheur. Ses conseils et ses remarques des plus pertinents m'ont permis de réellement structurer ma recherche ;

* Madame la professeure Marie Fraser de l'Université du Québec à Montréal, une historienne de l'art et muséologue de terrain, qui m'a sans cesse encouragée et a soutenu mon projet avec une attention minutieuse, selon le double point de vue, de chercheuse et de professionnelle de l'art.

Je voudrais également remercier :

* Monsieur le professeur Jean Davallon, qui a contribué à mettre en place ce programme doctoral international avec l'Ecole du Louvre, dont j'ai pleinement profité avec cette recherche articulée à différentes approches de la question sur laquelle se fonde ma thèse, et Monsieur le professeur Daniel Jacobi, qui a suivi de très près ma recherche, m'a donné des conseils à chaque étape dont l'examen doctoral et le projet de thèse et qui a accepté d'être membre du jury.

* Monsieur le professeur Yves Bergeron, ex-directeur du département de Muséologie à l'UQAM et Madame la professeure Colette Dufresne-Tassé de l'UDM qui ont suivi et épaulé ma recherche pendant mon séjour à Montréal ;

* Madame Catherine Guillou, Madame le Maître de conférences Annie Gentès, Mesdames les professeures Jennifer Carter et Christine Bernier qui ont accepté de participer au jury ;

* Les personnels du Centre Pompidou-MNAM/CCI, notamment Madame Christine Van Assche, ex-conservateur en chef du Service Nouveaux Médias, qui m'a permis une expérience réelle dans ce domaine ; Monsieur Etienne Sandrin, attaché de conservation du Service Nouveaux Médias, qui m'a aidé à obtenir l'autorisation pour conduire mes observations au Centre et a partagé spontanément ses connaissances et son expérience pour ma recherche ; Monsieur Alain Dubillot, Mesdames Florence Parot, Sylvie Doula-Bell, Maria Rachita au service NM ; Monsieur Keith Cheng au service des collections et Madame Isabelle Daire au service cinéma expérimental.

* Madame Christiane Paul du Whitney Museum of American Art ; Mesdames Christiane Riedel et Claudia Gehrig du ZKM ; Mesdames Louise Simard, Sylvie Pelletier et Anne-Marie Zeppetelli du MACM, qui ont accepté de se prêter à mes entretiens pour partager leurs expériences professionnelles et scientifiques dans le domaine concerné.

Je remercie toute l'équipe du laboratoire Culture et Communication de l'université d'Avignon. Sans les remarques que mes collègues ont formulées lors de nos séminaires, mon travail n'aurait pu avancer. Je tiens à remercier entre autres, Floriane Germain, Fanny Dutoyer, Caroline Buffoni, Camille Moulinier, Camille Jutant, Gaëlle Lesaffre, JiYoung Park, Nicolas Navarro, Maylis Nouvellon et Noémie Couillard qui m'ont soutenue, écoutée, aidée, accompagnée intellectuellement et moralement. Je remercie également Monsieur le professeur Frédéric Gimello-Mesplomb et Madame Pascale Di Domenico, pour le soutien moral qu'ils m'ont apporté.

Je tiens à remercier particulièrement ma sœur KyeongEun Park, mon frère DongJo Park et mes amis Sylvie Lassalle, Juliette&Jean-Claude Laredo, Joanna Asvestas, Gui Brigaudiot, Chris Lee, KyoungAh Eum, HyeIn Ryu, EunJin Jung, JuYoung Hwang, GaJin Kim, HyeJin Shin, JaiJin Chung, EunJung Lee, SoHye Lee, HyeonJu Kim, JiHyun Lee qui m'ont épaulée lors de chaque moment de doute. Je remercie également Madame la professeure SungEun Park, ma directrice de recherche de Master en histoire de l'art à l'université d'Ewha à Séoul, où tout a commencé.

J'aimerais remercier Jean-Pierre Brigaudiot, mon mari avec lequel j'ai partagé des idées et qui m'a prodigué ses conseils tout au long de ma recherche. Sans son soutien et son aide, je n'aurais pas vu l'aboutissement de cette thèse. Et Eugénie Brigaudiot, ma fille, le plus beau cadeau de ma vie, qui m'a stimulée pour achever ce long parcours de doctorat. Pour terminer, je voudrais souligner la contribution de mes parents à cette thèse : Madame JunJa Kim et Monsieur YounSoo Park, qui se sont dévoués sans compter pour me venir en aide lorsque j'étais déprimée après mon accouchement. Sans ma mère qui a accepté un très long séjour dans un pays étranger et d'une culture tellement différente, laissant sa propre famille au loin pendant presque deux ans, je n'aurais même pas pu imaginer arriver au bout de ce long parcours.

TABLE DES MATIERES

| | |
|--------------------------|-----|
| LISTE DES FIGURES..... | xv |
| LISTES DES TABLEAUX..... | xix |
| INTRODUCTION..... | 1 |

PREMIERE PARTIE

| | |
|--|----|
| <u>Penser les œuvres nouveaux médias en termes communicationnels</u> | 22 |
|--|----|

| | |
|--|----|
| CHAPITRE PREMIER. Introduction théorique et délimitation de l'objet de recherche | 25 |
|--|----|

| | |
|--|----|
| 1. Origines des nouveaux médias | 26 |
| 1.1. Définition et délimitation des médias..... | 26 |
| 1.2. Fonctions et objectifs principaux des médias | 29 |
| 1.2.1. Information | 30 |
| 1.2.2. Communication..... | 31 |
| 1.2.3. Divertissement | 32 |
| 1.2.4. Education | 33 |
| 2. La place problématique du mot « nouveaux » | 34 |
| 2.1. Usages et significations du mot « nouveaux » | 34 |
| 2.2. Rapports entre les « anciens » et les « nouveaux » médias | 38 |

| | |
|--|----|
| CHAPITRE 2. Quand les médias deviennent art, puis « nouveaux » ... | 41 |
|--|----|

| | |
|---|----|
| 1. Historique de l'art des nouveaux médias | 41 |
| 1.1. Prédécesseurs et pionniers..... | 42 |
| 1.2. Vidéo, un nouveau médium et outil de création artistique..... | 44 |
| 1.3. Télévision et art, une relation de type « je t'aime, moi non plus ».... | 48 |
| 1.4. Le numérique, une nouvelle esthétique à l'ère de la convergence médiatique | 53 |
| 2. Caractéristiques des œuvres nouveaux médias | 59 |
| 2.1. Le temps : un nouveau matériau pour l'art | 59 |
| 2.1.1. Malléabilité du temps comme nouveau médium et matière première | 59 |
| 2.1.2. La vidéo, une pratique cinématographique allégée | 63 |
| 2.1.3. L'œuvre à la croisée de plusieurs temporalités | 66 |
| 2.2. Le récit : une nouvelle narration par les images en mouvement..... | 67 |

| | |
|---|------------|
| 2.3. L'espace : un lieu d'implication des artistes et des spectateurs | 73 |
| 3. Catégories d'œuvres par rapport au médium dans sa nature physique | 77 |
| 3.1. Bande vidéo / sonore | 78 |
| 3.2. CD-Rom / DVD-Rom | 79 |
| 3.3. Installations nouveaux médias | 80 |
| 3.4. Site Internet | 82 |
| 3.5. Autres cas | 83 |
| CHAPITRE 3. Problématiques de la délimitation des nouveaux médias dans l'art..... | 85 |
| 1. Définitions et appellations : consensus, désaccords, décalages et malentendus | 86 |
| 1.1. 1968 : l'année repère de l'art vidéo | 86 |
| 1.2. 1994 : l'année repère de l'art numérique | 87 |
| 1.3. Appellation française..... | 90 |
| 1.4. « Nouveaux » en tant que nouvelle approche artistique..... | 93 |
| 2. Pluralité des statuts des nouveaux médias dans l'art..... | 95 |
| 3. Qualification de l'objet : entre le contenu et le contenant de l'œuvre | 98 |
| 4. Place décalée dans l'histoire de l'art | 101 |
| CONCLUSION DE LA PREMIERE PARTIE | 107 |
| FOCUS sur une œuvre..... | 111 |
| <u>DEUXIEME PARTIE</u> | |
| <u>Analyse institutionnelle de la médiation primaire des œuvres nouveaux médias</u> | 114 |
| CHAPITRE 4. Construction d'un cadre théorique | 117 |
| 1. Définition et domaines d'application de la médiation..... | 117 |
| 1.1. Une notion ou un quasi-concept qui suppose une relation ternaire..... | 117 |
| 1.2. Usage du terme dans différents domaines | 121 |
| 2. Le musée d'art vu comme une médiation de l'art | 124 |
| 2.1. Médiation muséale : entre la théorie et la pratique..... | 124 |
| 2.2. Médiation muséale selon trois étapes processuelles : une nouvelle catégorisation. | 125 |
| CHAPITRE 5. Contexte de la médiation primaire des œuvres nouveaux médias au musée d'art. | 131 |
| 1. Historique de la relation des œuvres nouveaux médias avec le musée d'art..... | 132 |
| 1.1. Naissance d'un art basé sur un esprit anti-institutionnel | 132 |
| 1.2. Réconciliation avec les institutions muséales..... | 136 |

| | |
|---|------------|
| 2. Problématique de la patrimonialisation des nouveaux médias dans les musées d'art... | 139 |
| 2.1. Occupation spatiale des œuvres nouveaux médias dans le musée : une double identité en tant qu'objets et images | 139 |
| 2.2. Les œuvres nouveaux médias, des objets physiques techniquement précaires | 144 |
| CHAPITRE 6. Acte de patrimonialisation des nouveaux médias dans le musée d'art | 150 |
| 1. Méthodologie : choix des institutions en tant qu'objets d'études | 150 |
| 1.1. Repérage des institutions concernées par les œuvres nouveaux médias | 151 |
| 1.2. Justifications et critères du choix du terrain de recherche | 153 |
| 1.3. Description sommaire des institutions..... | 154 |
| 1.3.1. Centre Pompidou-Musée national d'art moderne/Centre de création industrielle | |
| 1.3.2. Whitney Museum of American Art..... | 156 |
| 1.3.3. ZKM (Zentrum für Kunst und Medientechnologie) | 157 |
| 1.3.4. Musée d'art contemporain de Montréal | 158 |
| 2. La médiation primaire pour les œuvres nouveaux médias dans le musée : étude de cas | 162 |
| 2.1. Spécificités de la collection des œuvres par les institutions : histoire, appellation, organisation, nature et contenu..... | 162 |
| 2.1.1. Le Service Nouveau Médias du Centre Pompidou | 162 |
| 2.1.2. Départements <i>Film & Video</i> et <i>New Media</i> du WMAA | 166 |
| 2.1.3. Collection du musée des médias et collection de la Mediathek au ZKM | 170 |
| 2.1.4. Collection sans département spécifique du MACM | 173 |
| 2.2. Conditions et modes d'acquisition des œuvres..... | 176 |
| 2.2.1. Deux aspects des modalités d'acquisition | 177 |
| 2.2.2. Commande et co-production : nouveaux modes d'acquisition d'œuvres..... | 181 |
| 2.3. Conservation et restauration des œuvres | 184 |
| CONCLUSION DE LA DEUXIEME PARTIE..... | 192 |
| 1. Gestion variée et spécifique des médias électroniques dans leur hétérogénéité..... | 192 |
| 2. Problèmes techniques de conservation et de restauration | 194 |
| 3. Statut d'objets et diversité de l'usage du concept de « collection » | 196 |
| FOCUS sur une œuvre..... | 199 |

TROISIEME PARTIE

202

Analyse des stratégies et des dispositifs de médiation secondaire pour les œuvres nouveaux médias

| | |
|---|------------|
| CHAPITRE 7. L'exposition en tant que médiation secondaire dans le musée d'art contemporain | 205 |
|---|------------|

| | |
|---|------------|
| 1. Les caractéristiques et les fonctionnements de l'exposition | 205 |
| 2. L'exposition en tant qu'objet | 212 |
| 3. L'exposition en tant que lieu | 217 |
| CHAPITRE 8. La médiation secondaire des œuvres nouveaux médias dans le musée d'art contemporain..... | 223 |
| 1. Particularités des conditions d'exposition des œuvres nouveaux médias | 223 |
| 1.1. Déploiement de la temporalité dans l'espace physique | 224 |
| 1.2. Malléabilité des œuvres et variabilité de leur mode de présentation | 227 |
| 1.3. Les éléments spatiaux propres aux œuvres nouveaux médias | 233 |
| 2. Autres modalités de médiation secondaire pour les œuvres nouveaux médias : le cas du Centre Pompidou par rapport aux cas du WMAA, du MACM et du ZKM.... | 237 |
| 2.1. L'espace de type « médiathèque » | 238 |
| 2.2. La programmation de projections | 243 |
| 2.3. Les projets en ligne | 248 |
| 2.4. La manifestation événementielle « nocturne » | 251 |
| CHAPITRE 9. Etude sémio-pragmatique des gestes de médiation secondaire pour les œuvres nouveaux médias : le cas de l'exposition « elles@centrepompidou » | 256 |
| 1. Cadre et méthodologie d'étude | 257 |
| 1.1. Histoire de la mise en exposition des œuvres nouveaux médias au Centre Pompidou | |
| 1.2. « elles@centrepompidou » : une exposition hétérogène | 259 |
| 1.3. Méthodologie d'étude | 260 |
| 2. Les gestes de la médiation secondaire, ou les éléments para textuels relatifs aux œuvres nouveaux médias..... | 262 |
| 2.1. Médiation écrite pour les œuvres nouveaux médias : analyse de cartels | 262 |
| 2.2. Aménagement d'espaces pour les œuvres nouveaux médias..... | 268 |
| 2.2.1. Dans un espace ouvert sans dispositif..... | 269 |
| 2.2.2. Dans un espace ouvert avec dispositif..... | 272 |
| 2.2.3. Dans un espace semi-ouvert..... | 273 |
| 2.2.4. Dans un espace quasi-fermé ou fermé..... | 274 |
| CONCLUSION DE LA TROISIEME PARTIE | 277 |
| FOCUS sur une œuvre..... | 280 |

QUATRIEME PARTIE

| | |
|--|------------|
| <u>Etude de l'appropriation des œuvres nouveaux médias par le visiteur du musée</u> | 283 |
|--|------------|

| | |
|--|------------|
| CHAPITRE 10. Introduction théorique et positionnement de la recherche | 287 |
|--|------------|

| | |
|--|-----|
| 1. Approches scientifiques du public des médias et de l'art | 287 |
| 1.1. Approches et thématiques de recherche sur le public des médias | 287 |
| 1.2. L'évolution de la recherche sur la réception de l'art | 291 |
| 2. Les études sur le public du musée d'art | 295 |
| 2.1. Approches scientifiques sur le visiteur du musée | 295 |
| 2.2. Etudes sur la réception des œuvres nouveaux médias par le visiteur du musée | 298 |

| | |
|--|------------|
| CHAPITRE 11. Etude sémio-pragmatique de la réception des œuvres nouveaux médias | 300 |
|--|------------|

| | |
|---|-----|
| 1. Problématiques de la réception des œuvres nouveaux médias dans l'exposition | 301 |
| 1.1. Le temps : une porte d'entrée dans la problématique de la réception | 301 |
| 1.2. L'espace : dialectique de l'attention et de la distraction dans l'exposition | 306 |
| 1.3. Le récit : entre discours artistique et discours médiatique | 311 |
| 2. Etude de l'appropriation des œuvres nouveaux médias par le visiteur : méthodologie | 317 |
| 2.1. Cadre, question, hypothèse et méthodologie d'études | 317 |
| 2.2. Observation des comportements du visiteur au MACM : étude préliminaire | 319 |
| 2.3. Etude dans l'exposition « elles@centrepompidou » | 323 |
| 2.3.1. Observation des comportements du visiteur | 323 |
| 2.3.2. Entretien approfondi en visite accompagnée : une approche qualitative | 328 |

| | |
|--|------------|
| CHAPITRE 12. Appropriation des œuvres nouveaux médias par le visiteur | 330 |
|--|------------|

| | |
|--|-----|
| 1. Appropriation temporelle des œuvres nouveaux médias | 330 |
| 1.1. Observation préliminaire des comportements du visiteur au MACM | 331 |
| 1.2. Observation de la gestion temporelle du visiteur dans « elles@centrepompidou » | 334 |
| 2. Appropriation spatiale des œuvres nouveaux médias par le visiteur | 337 |
| 3. Appropriation du discours des œuvres nouveaux médias par le visiteur | 343 |
| 3.1. Ce qu'il recherche dans une exposition d'art ou dans une œuvre d'art | 345 |
| 3.2. Ce qu'il pense être « art » ou « œuvre d'art » | 347 |
| 3.3. Ce qui le conduit à délaisser une œuvre (nouveau média ou pas) | 348 |
| 3.4. Ce qui pose problème dans la réception des œuvres nouveaux médias | 350 |
| 3.5. Ce que fait le visiteur pour réduire l'écart entre l'horizon d'attente et les facteurs problématiques de la réception | 353 |

| | |
|--|----------------|
| CONCLUSION DE LA QUATRIEME PARTIE | 357 |
| FOCUS sur une œuvre | 363 |
| CONCLUSION..... | 366 |
| REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES..... | 378 |
| ANNEXES..... | Tome II |

LISTE DES FIGURES

FIG.

| | |
|--|-----|
| I-1. Bill Viola, <i>The Reflecting Pool</i> (1977-79)..... | 48 |
| I-2. Edward Muybridge, <i>Boys playing Leapfrog</i> (1883-86, tirée en 1887)..... | 60 |
| I-3. Marcel Duchamp, <i>Nu descendant un escalier</i> (1912)..... | 60 |
| I-4. Giacomo Balla, <i>Dynamisme d'un chien en laisse</i> (1912)..... | 60 |
| I-5. Pierre Huyghe, <i>The Third Memory</i> (2000)..... | 72 |
| I-6. Le schéma taxonomique de Sarah Cook (Cook, 2004, p. 45)..... | 90 |
| II-1. La relation ternaire de la médiation (Jean Caune, 2004, p. 13)..... | 120 |
| II-2. Relation entre la médiation muséale des œuvres d'art et sa réception par le visiteur ... | 130 |
| II-3. Les différents aspects d'une œuvre nouveaux médias : exemple d'une bande vidéo.... | 146 |
| II-4. Répartition des œuvres concernées dans la collection du Centre Pompidou et du WMAA | 166 |
| II-5. <i>Film & Video Gallery</i> au WMAA (vue d'entrée)..... | 168 |
| II-6. <i>Film & Video Gallery</i> au WMAA (vue d'intérieure)..... | 168 |
| III-1. Mona Hatoum, <i>Corps étranger</i> (1994)..... | 213 |
| III-2. Exemples de supports de projection (Tony Oursler)..... | 228 |
| III-3. Exemples de supports de projection (Pipilotti Rist)..... | 228 |
| III-4. Plan de l'installation établi par l'artiste (Voices of Reason/Voices of Madness)..... | 234 |
| III-5. Configuration spatiale de l'œuvre dans l'exposition « elles@centrepompidou » (Voices of Reason / Voices of Madness)..... | 234 |
| III-6. L'installation <i>Present Continuous Past(s)</i> (1974) et son plan d'installation..... | 235 |
| III-7. « Collections vidéos, films, sons » (vu d'entrée)..... | 239 |

| | |
|---|-----|
| III-8. Espace « Collections vidéos, films, sons » (vu d'intérieure)..... | 239 |
| III-9. Espace « Collections vidéos, films, sons » (poste de consultation) | 239 |
| III-10. <i>Media Lounge</i> devant la Mediathek du ZKM (poste de consultation) | 241 |
| III-11. <i>Media Lounge</i> devant la Mediathek du ZKM (vu d'ensemble) | 241 |
| III-12. <i>Jukebox</i> au ZKM | 242 |
| III-13. <i>Jukebox</i> au ZKM (détail)..... | 242 |
| III-14. Plan de la salle BWR, au sous-sol du MACM | 246 |
| III-15. <i>Le Cinéma du musée</i> , niveau 4, Centre Pompidou (vue d'entrée) | 247 |
| III-16. <i>Le Cinéma du musée</i> , niveau 4, Centre Pompidou (vue d'intérieure)..... | 247 |
| III-17. Une œuvre de Net art dans le cadre <i>Artport</i> | 250 |
| III-18. Doug Aitken, <i>Sleepwalkers</i> (2007), MoMA (vue d'exposition)..... | 252 |
| III-19. Emplacements des œuvres nouveaux médias dans l'exposition « elles@centrepompidou » | 263 |
| III-20. Cartel lumineux dans l'exposition « Bill Viola » au Grand Palais, 2014 | 268 |
| III-21. Cartel multimédia, Centre Pompidou-Metz, 2011..... | 268 |
| III-22. Exemples de présentation des œuvres nouveaux médias dans un espace ouvert sans dispositif (Yoko Ono)..... | 269 |
| III-23. Exemples de présentation des œuvres nouveaux médias dans un espace ouvert sans dispositif (Esther Ferrer) | 269 |
| III-24. Exemples de présentation des œuvres nouveaux médias dans un espace ouvert sans dispositif (Leticia Parente)..... | 270 |
| III-25. Exemples de présentation des œuvres nouveaux médias dans un espace ouvert sans dispositif (Pipilotti Rist)..... | 270 |
| III-26. Exemples de présentation des œuvres nouveaux médias dans un espace ouvert sans dispositif (<i>TV Fish</i>) | 271 |
| III-27. Exemples de présentation des œuvres nouveaux médias dans un espace ouvert sans dispositif (<i>TV Fish</i> , détail) | 271 |

| | |
|--|-----|
| III-28. Exemples de présentation des œuvres nouveaux médias dans un espace ouvert sans dispositif (TV Garden)..... | 271 |
| III-29. Exemples de présentation des œuvres nouveaux médias dans un espace ouvert avec dispositif (Mona Hatoum)..... | 272 |
| III-30. Exemples de présentation des œuvres nouveaux médias dans un espace ouvert avec dispositif (Salle 21 « Pratiques urbaines »)..... | 272 |
| III-31. Exemples de présentation des œuvres nouveaux médias dans un espace semi-ouvert (Chantal Akerman, vue d'intérieure) | 274 |
| III-32. Exemples de présentation des œuvres nouveaux médias dans un espace semi-ouvert (Chantal Akerman, vue de l'entrée) | 274 |
| III-33. Exemples de présentation des œuvres nouveaux médias dans un espace semi-ouvert (Espace de projection au fond de la salle 11)..... | 274 |
| III-34. Exemples de présentation des œuvres nouveaux médias dans l'espace quasi-fermé ou fermé (Gonzalez-Foerster) | 275 |
| III-35. Exemples de présentation des œuvres nouveaux médias dans l'espace quasi-fermé ou fermé (Su-Mei Tse) | 275 |
| III-36. Exemples de présentation des œuvres nouveaux médias dans l'espace quasi-fermé ou fermé (Anri Sala) | 276 |
| III-37. Exemple de fermeture par un dispositif type « rideau »..... | 277 |
| IV-1. Du temps de l'histoire que le réalisateur désire raconter, au temps de l'histoire reconstituée par le spectateur du cinéma (Ethis, 2006, p. 48)..... | 302 |
| IV-2. <i>Invisible cinema</i> , 1970. | 308 |
| IV-3. Warhol dans <i>Invisible cinema</i> , 1970. | 308 |
| IV-4. Exemples d'œuvres avec textes (Jenny Holzer) | 312 |
| IV-5. Exemples d'œuvres avec textes (Young Hae Chang Heavy Industries)..... | 312 |
| IV-6. Exemples d'œuvres avec textes (Andrea Fraser)..... | 313 |
| IV-7. Plan de l'exposition « Point de vue sur la collection : Acte de présence » au MACM | 320 |
| IV-8. Grille d'observation des comportements de visite dans l'exposition « Actes de présence » au MACM | 322 |

| | |
|--|-----|
| IV-9. Les espaces choisis pour l'observation du visiteur dans l'exposition « elles » | 324 |
| IV-10. Grille d'analyse destinées à l'observation du temps d'arrêt devant les œuvres nouveaux médias dans l'exposition « elles »: salle 11 « Corps slogan »..... | 325 |
| IV-11. Plan pour l'observation « Tracking » dans la salle 11 « Corps Slogan »..... | 326 |
| IV-12. Grille d'observation des comportements du visiteur dans la salle 20 « Pratiques urbaines » | 327 |
| IV-13. Les espaces choisis pour l'entretien approfondi en visite accompagnée..... | 329 |
| IV-14. Organisation d'espaces de la salle 11 « Corps Slogan »..... | 337 |
| IV-15. Plan de la salle 20 « Pratiques urbaines »..... | 339 |
| IV-16. Une vue intérieure de la Salle 20 « Pratiques urbaines » | 339 |
| IV-17. Espace semi-ouvert dans l'exposition « Acte de présence » au MACM (plan) | 340 |
| IV-18. Espace semi-ouvert dans l'exposition « Acte de présence » au MACM (espace de projection et de vidéo) | 340 |
| IV-19. Espace semi-ouvert dans l'exposition « Acte de présence » au MACM (Gary Hill) . | 340 |
| IV-20. Exemples du comportement d'indécision (rideau) | 342 |
| IV-21. Exemples du comportement d'indécision (cabine)..... | 342 |

LISTE DES TABLEAUX

TAB.

| | |
|---|-----|
| I-1. Cinq ensembles de catégories d'art numérique (Graham, 2005) | 89 |
| II-1. Grille d'analyse des institutions muséales concernant les œuvres nouveaux médias.... | 152 |
| II-2. Terrain principal et secondaire de recherche: information générale | 161 |
| III-1. Les éléments constitutifs de l'exposition d'art en tant qu'objet (non-exclusifs)..... | 212 |
| III-2. Exemple d'analyse du cartel des œuvres nouveaux médias dans l'exposition « elles@centrepompidou »..... | 264 |
| III-3. Organisation spatiale des œuvres nouveaux médias dans l'exposition « elles »..... | 276 |
| IV-1. Nombre et mode de recrutement des visiteurs observés et interviewés | 329 |
| IV-2. Nombre de visiteurs qui ont regardé les œuvres nouveaux médias dans l'exposition « Acte de présence » au MACM..... | 331 |
| IV-3. Temps consacré pour les œuvres nouveaux médias dans l'exposition « Acte de présence »). | 332 |
| IV-4. Nombre des visiteurs qui ont regardé les œuvres nouveaux médias dans la salle 11 « elles@centrepompidou »..... | 334 |
| IV-5. Temps consacré aux œuvres nouveaux médias dans la salle 11 « elles@centrepompidou » (moyenne, médiane)..... | 335 |
| IV-6. Nombre de visiteurs par rapport au comportement observé (salle 11, espace de projection) | 338 |
| IV-7. Nombre de visiteurs par rapport au comportement observé (salle 20) | 340 |
| IV-8. Nombre de visiteurs par rapport au comportement observé (MACM, Gary Hill) | 341 |
| IV-9. Nombre de visiteurs par rapport au comportement observé (MACM, espace de projection) | 341 |

INTRODUCTION

Avec le temps, l'art change de nature et de ce fait il devient différent de ce qu'il fut dans le passé, non seulement dans son concept et ses formes physiques, mais également dans ses usages, contenus et objectifs. N'étant pas restés attachés à une plasticité traditionnelle, les artistes contemporains créent des œuvres de plus en plus hétérogènes aux niveaux du sujet, du médium, de la forme, de la dimension ou du contexte d'exposition. Ces œuvres s'avèrent également de plus en plus complexes à appréhender. Ainsi, presque un siècle après la *Fontaine* (1917), le fameux urinoir de Marcel Duchamp, la réception de l'art contemporain reste encore difficile, ainsi que différentes recherches à caractère sociologique l'ont démontré, dont celles de Heinich (1998). Il est maintenant indéniable que certaines caractéristiques matérielles et formelles de bon nombre d'œuvres contemporaines contribuent à rendre leur réception problématique, non seulement pour les visiteurs du musée mais aussi pour les professionnels et les experts de la muséologie, tels les conservateurs et restaurateurs. Parmi les œuvres contemporaines qui remettent en question certaines attentes du public et le fonctionnement traditionnel des institutions, les œuvres que nous nommons « nouveaux médias », dans la présente recherche, sont particulièrement difficiles à saisir et représentent un terrain d'exploration inespéré pour mener une étude approfondie sur la réception.

Avant d'aborder les problématiques de la thèse, nous devons clarifier ce que nous entendons par les « œuvres nouveaux médias », objet central de notre recherche. L'exercice n'est pas simple, car force est de reconnaître qu'aucun de ces trois termes ne constitue une notion claire ; de ce fait chacun d'eux nécessite d'être préalablement défini individuellement.

Le sens du terme média dans l'expression « œuvres nouveaux médias »

Commençons par le mot « média », qui est l'objet central de cette appellation « œuvres nouveaux médias ». Etant à l'origine le pluriel de « médium » qui signifie le « moyen » ou le « milieu », il est compris, dans l'usage courant, comme une abréviation de « média de masse », c'est-à-dire « des moyens de diffusion collective permettant d'atteindre des publics extrêmement vastes et hétérogènes »¹. Cet usage est apparu aux Etats-Unis en

¹ Christophe PIAR, *Encyclopédie universalis*, version multimédia, consultation mars 2009.

1923², puis en France en 1965, et enfin le mot « media » dans ce sens fut francisé en 1983³. Il existe également une acception beaucoup plus large du terme, référant à tout dispositif d'organisation de la communication, lequel englobe non seulement la radio, la télévision ou Internet, mais aussi le livre ou l'affiche. Ce type de définition a notamment été développé par Jean Davallon dans son analyse du musée en tant que média (Davallon, 1999, p. 227-253).

Bien que prenant nous-mêmes appui sur cette notion élargie du terme média, pour analyser la médiation muséale en tant que notion dépassant son usage habituel, nous précisons que le sens du terme média dans l'expression « œuvres nouveaux médias » est bien celui de la première définition, c'est-à-dire un ensemble de technologies de diffusion d'information. Il s'agit non seulement d'un système qui permet la diffusion d'informations, mais aussi l'objet utilisé pour faire fonctionner ce système. Par exemple, lorsque nous parlons de la télévision, il s'agit à la fois du système de diffusion des émissions et de l'appareil (moniteur) qui sert de support à la réception. Ainsi le mot « télévision » signifie simultanément le système et l'appareil. En faisant référence à son usage en art contemporain, nous pouvons citer, en tant qu'exemples de ces deux sens possibles du terme média, deux œuvres de Nam June Paik, *Good Morning Mister Orwell* (1994)⁴ qui a utilisé un système de diffusion télévisuelle international et *TV Garden* (1974)⁵ qui intègre le moniteur télévisuel comme support et médium matériel de l'œuvre. En histoire de l'art et dans le contexte muséal, ces œuvres désormais historiques et pionnières relèvent de la catégorie « nouveaux médias ».

La présence du mot « média » dans l'expression « œuvres nouveaux médias », met en évidence le fait que c'est le dispositif électronique qui permet une certaine situation de communication à partir d'un mécanisme spécifique. Ceci est d'autant plus remarquable que les débuts de cette forme d'art⁶, souvent intitulé « art vidéo », sont étroitement liés à

² Alain Rey (dir.), Dictionnaire historique de la langue française, tome 2, Paris : Dictionnaire LE ROBERT, 1992, 1998, p. 2178-2179.

³ *Le nouveau petit Robert de la langue française*, Paris : Dictionnaire Le Robert, 2009, p.1561 ; *Le trésor de la langue française* (en ligne), <http://atilf.atilf.fr/dendien/scripts/tlfiv5/advanced.exe?8;s=885784065;>

⁴ Focus sur une œuvre, p. 111

⁵ Fig. III-28, p. 271

⁶ La tradition de l'exploitation du mécanisme du mouvement ou du média électronique remonte plus loin dans l'histoire de l'art, notamment avec le travail des constructivistes et des futuristes au début du XXe siècle (De Mèredieu, 2008, p. 494-496). A la même époque du début de l'art vidéo, l'ordinateur a été déjà

l'expansion de la télévision, un média de masse qui a profité d'un système alimenté par l'électricité, afin d'atteindre une diffusion à grande échelle. Bien que le sens du terme « médias » dans l'expression que nous avons adoptée pour notre thèse ne soit pas systématiquement associé aux médias de masse, notre réflexion sur les « nouveaux médias » en art ne peut pas en faire abstraction. Rappelons que, par exemple, la vidéo n'est pas un média de masse par défaut. Avant d'être exploitée et reliée aux médias de masse comme la télévision ou Internet, la vidéo est d'abord un système d'enregistrement d'images et de sons sur un support électronique.

En utilisant la télévision, les artistes ont saisi ces deux aspects des médias de masse ; d'une part, un outil de liberté qui permet de réaliser des projets artistiques dans un esprit démocratique, et d'autre part un outil de manipulation et de contrôle. Les œuvres les plus critiques à l'égard de la télévision sont souvent considérées comme typiquement représentatives de ce qu'on fait les artistes, même si tel n'est pas toujours le cas, lors de la période pionnière. Bien que certains artistes aient remis en question le côté manipulateur de la télévision, ils ont en même temps su user et profiter pleinement de celle-ci en tant que nouveau dispositif artistique ouvrant la porte à de nouveaux types de créations.

S'agit-il vraiment de médias « nouveaux » ?

Examinons maintenant le mot « nouveaux ». D'entrée de jeu, cet adjectif ne facilite pas la délimitation de notre objet de recherche, car il le place dans une situation extrêmement relative, donc problématique. Ce qui était nouveau hier, ce ne l'est plus aujourd'hui. Comment pouvons-nous dès lors saisir cet ensemble désigné comme « nouveaux », autrement dit, quelque chose en pleine et constante évolution par défaut ? Qu'est-ce que cet adjectif signifie exactement ? A partir de quand le média devient-il *nouveau* ? En quoi les médias sont-ils nouveaux ? Est-ce que l'application de cet adjectif est judicieuse pour désigner l'objet principal de notre recherche ?

Cet adjectif « nouveaux » a commencé à être employé dans les pays anglo-saxons pour qualifier des médias à partir du début des années 1990⁷ dans le domaine de

exploité en tant que médium artistique, par exemple par Vera Molnar, bien qu'il ne s'agisse pas encore d'un média de masse comme c'est le cas aujourd'hui.

⁷ Plus précisément l'année 1994 est souvent considérée comme un moment de divergence entre les anciens et

l'information et de la communication. L'expression « nouveaux médias » est souvent utilisée comme synonyme de « nouvelle technologie ». Il s'agissait, en principe, du média qui exploite pleinement la technologie numérique ou basée sur l'ordinateur (Manovich, 2001, p. 19) qui a été considérée comme quelque chose qui a radicalement changé le rapport entre le média (de masse) et le public. Bien que le média de masse comme la télévision ait longtemps fonctionné sur la base d'une communication unidirectionnelle, le média né avec la technologie numérique, comme Internet, donne au public davantage de possibilités d'intervention.

Pourtant « nouveaux » n'est pas un terme adopté unanimement. Des chercheurs trouvent notamment que le côté publicitaire, voire racoleur, de cet adjectif est problématique. Il est effectivement utilisé, avec le discours publicitaire, dans un but non scientifique. Par exemple, selon Yves Jeanneret, au sujet des « nouvelles » technologies, les « nouveaux » médias ne sont nouveaux que parce qu'ils sont désignés comme tels dans des discours d'accompagnement (Jeanneret, 2007, p. 78). Ainsi il propose l'expression « média informatisé » plutôt que « nouvelle technologie », remettant en question, du même coup, le côté idéologique de la nouveauté (Jeanneret et Tardy, 2007).

Quel usage du mot « nouveaux » a cours dans le domaine artistique ? Avec cet adjectif, nous rencontrons un problème de décalage entre les différents contextes géoculturels. Pour résumer, avant tout, l'« art des nouveaux médias » et *new media art* sont de véritables faux amis. Dans les pays anglo-saxons, notamment aux Etats-Unis et en Angleterre, l'expression *New media* est plutôt entendue comme désignant des œuvres qui exploitent la technologie numérique, non seulement en tant qu'outil de création mais aussi en tant que partie intégrante de l'œuvre ; cette définition semble proche de l'usage fait dans le domaine de la science de l'information et de la communication depuis 1994. Ainsi, Mark Tribe, le fondateur de *Rhizome*⁸ a choisi de limiter l'étendue de son ouvrage intitulé « Art des nouveaux médias » à des œuvres réalisées à partir de 1994, c'est-à-dire après l'acceptation générale de cette expression (Tribe, Jana et Grosenick, 2009, p. 7). Steve Dietz, un ancien conservateur du département nouveaux médias au Walker Art Center à

nouveaux médias.

⁸ Une organisation qui soutient la création, la présentation, la conservation et la critique de pratiques artistiques émergentes engageant la technologie (Rhizome.org).

Minneapolis, a également insisté sur le lien avec la technologie numérique en donnant l'interactivité, la connectivité et la calculabilité⁹ comme caractéristiques de cet art.

Or, nous voyons que les « nouveaux médias » couvrent un champ beaucoup plus large en France. Ils désignent des œuvres réalisées à partir de la deuxième moitié des années 1960, c'est-à-dire lorsque l'art vidéo a commencé à se développer avec la sortie sur le marché du *Portapak* de Sony, en 1965. Ce fut l'un des premiers systèmes d'enregistrement de vidéo portable. Donc nous rencontrons le même problème : qu'est-ce qui est « nouveau » dans la vidéo analogique, l'U-matic ou le Super 8 ? Comment et pourquoi cette appellation « nouveaux médias » est-elle devenue une expression de référence en France, expression qui englobe par ailleurs des œuvres médiatiques réellement « nouvelles » ?

Lorsque l'on se réfère aux « médias » en français, cela renvoie aux médias de communication ; ce n'est certes pas très convaincant comme appellation pour désigner un ensemble de mouvements artistiques parcourant au moins trois générations d'artistes : une première à partir de la deuxième moitié des années 60, une deuxième apparue après les années 80, enfin une troisième qui profite pleinement de la technologie de l'information fondée sur l'ordinateur, à partir des années 90. En même temps, l'institution muséale et l'histoire récente de l'art ont besoin d'une appellation capable de désigner une rupture avec les arts précédents autant qu'avec le cinéma. Pour les conservateurs des musées, l'utilité de cet adjectif réside surtout dans le fait qu'il permet ou permettra de désigner les médias qui seront inventés ultérieurement. Malgré ce questionnement récurrent et sans fin sur le sens de la nouveauté, cette expression « nouveaux médias », a au moins un avantage : il n'est point besoin de créer ou de changer l'intitulé d'un département d'un musée lors de chaque apparition d'un « nouveau » média.

Dans l'histoire de l'art, ce n'est certes pas la première fois que le mot *nouveau* a été utilisé pour désigner un mouvement artistique ; « nouveau réalisme » et « nouvelle figuration » dans le domaine de l'art visuel, « nouvelle vague » dans le domaine du cinéma, ou encore « nouveau roman » dans le domaine de la littérature, etc. Même lorsque ces mouvements ont disparu, les appellations ont été conservées, comme étant établies.

⁹ Interactivity, connectivity, computability.

Cependant l'analyse des mouvements artistiques ci-dessus cités ne semble pas aussi problématique que ne peut l'être celle des œuvres nouveaux médias, entrés dans l'histoire en tant qu'événements de la création que nous pouvons situer à un moment précis de celle-ci. C'est un des problèmes que nous rencontrons avec les œuvres nouveaux médias : il ne s'agit pas d'un mouvement historique bien délimité dans le temps, mais davantage d'un état d'esprit artistique encore et toujours en cours d'évolution, puisque lié à des évolutions technologiques extrêmement rapides.

La légitimité des nouveaux médias en tant qu'œuvres d'art

Il est également nécessaire de prendre en considération la place de l'« œuvre » dans l'expression « œuvres nouveaux médias ». Pour préciser ce que sont les œuvres en question, les expressions comme « art des nouveaux médias » ou « œuvres nouveaux médias » sont couramment utilisées. Nous constatons néanmoins qu'il y a encore une certaine confusion qui provient sans doute du fait que ce type d'œuvres n'a pas atteint une totale légitimité dans le champ de l'art. Les catégories comme celles de la peinture ou de la sculpture n'ont pas besoin de ce supplément pour préciser qu'il s'agit bien d'œuvres d'art ; ainsi nous ne disons pas l'« art de la peinture ». Même si la vidéo a acquis une certaine légitimité et une place bien établie dans le domaine muséal et le marché de l'art, des expressions comme l'« art vidéo » ou les « vidéo d'artistes » sont encore utilisées aujourd'hui. Il va de soi que l'utilisation de ces expressions est révélatrice d'une certaine nécessité, comme celle de distinguer ce type de vidéos d'autres vidéos à caractère familial, informatif ou publicitaire.

Nous adoptons « œuvres » plutôt que « art » en sachant bien évidemment qu'aucune des deux appellations ne fait totalement l'unanimité dans l'usage courant. Cette notion d'« œuvre » n'est sans doute pas réellement judicieuse, car les critères qui la définissent ne sont pas homogènes. En effet, qui peut désigner un objet ou un média comme étant une œuvre d'art ? Bien que Genette ait souligné que l'intention de l'artiste est une condition de l'œuvre d'art (Genette, 1994), cela peut ne pas sembler suffisant pour justifier notre choix. Nous adoptons cette association avec le mot « œuvre » dans notre recherche pour plusieurs raisons : primo, l'art est un concept beaucoup plus vaste que l'« œuvre » comme telle, donc plus difficile à traiter dans une thèse ; secundo, notre recherche examine les problèmes que ces créations artistiques rencontrent dans le contexte

du musée où c'est l'objet (d'art) qui domine avant tout ; tertio, elle suppose d'inclure le regardeur qui joue un rôle important, voire central, dans notre recherche.

D'autre part, la nécessité d'inclure le mot « œuvre » se justifie par le fait que l'usage des médias dans le domaine de l'art concerne non seulement la création d'œuvres d'artistes mais aussi l'utilisation d'outils d'information et de médiation dans les musées : les écrans d'informations horaires et au sujet des expositions en cours, ou encore les bornes multimédia. Ils sont en apparence identiques aux dispositifs des œuvres nouveaux médias et existent dans ce même lieu, le musée. Il est donc nécessaire de préciser cette différence statutaire entre les nouveaux médias comme créations artistiques et les nouveaux médias comme outils d'information.

Ce que nous entendons par « œuvres nouveaux médias »

L'absence d'un terme réellement consensuel et unique au plan international explique cette situation problématique, d'autant plus qu'il s'agit d'un domaine en constante évolution. Nous avons déjà entrevu que le sens de l'appellation « nouveaux médias » diffère selon les zones géoculturelles. De ce fait, une variété d'expressions a cours, pour désigner l'ensemble de ces œuvres : « art des médias » ou « art médiatique » [Media art], « art numérique [digital art] », « art de l'ordinateur [computer art] », « art vidéo [video art] », « art des images en mouvement [Moving image art] », « art basé sur le temps [Time-based art] », etc. Cette situation devient d'autant plus évidente dès lors que nous examinons les intitulés des départements de conservation concernés, dans les institutions muséales internationales : actuellement il n'y a aucun terme consensuel.

Cela veut dire que l'expression « œuvres nouveaux médias » n'est pas une expression totalement satisfaisante en elle-même. Or, ce problème de dénomination est également lié au fonctionnement traditionnel du musée où le classement des œuvres dans la collection se fait à partir du médium : les catégories comme la peinture, la sculpture, le dessin ou la photographie, par exemple. Mais, par ailleurs, le médium comme le média que nous traitons ne sont pas saisissables et aisément définissables en raison de leur évolution constante. Ainsi les expressions et choix terminologiques qui n'évoquent pas le côté matériel médiatique ont tendance à être de plus en plus privilégiées. Il faut également souligner le problème du classement des œuvres dans la collection du musée, car les

œuvres d'art contemporain deviennent de plus en plus complexes dans leur nature physique, comme c'est le cas notamment avec les installations, qui sont le plus souvent multimédia et rassemblent volontiers différents médiums.

Ce que nous tentons de faire ici, ce n'est pas de proposer un terme adapté à tous les contextes, ni de le définir dans l'absolu, mais de prendre acte de cette question terminologique dans le domaine artistique, au moins dans le contexte muséal. Le fait que les chercheurs qui travaillent sur les œuvres nouveaux médias consacrent une partie importante de leur introduction à justifier ou expliquer leurs choix terminologiques peut être compris de la même manière, comme par exemple justifier l'emploi de « moving image » dans l'expression de Tanya Leighton (Leighton, 2008) ou celle d'« art vidéo » de Françoise Parfait (Parfait, 2001).

Faute d'une définition claire et d'une appellation consensuelles, étant donné la complexité de la nature et de l'usage de ces médias, nous tentons néanmoins de délimiter le corpus central de la présente recherche. A travers la lecture des ouvrages concernés et les réflexions qui s'ensuivent, dans cette recherche, on peut résumer ainsi l'expression « œuvres nouveaux médias » : des œuvres d'art qui engagent des médias nécessitant un courant électrique, qui se manifestent le plus souvent par des images en mouvement ou/et le son, qui impliquent une dimension temporelle et permettent soit une partie, soit la totalité de leur communication simultanée et transmissible à distance, quelle que soit l'intention de l'artiste. Cette délimitation a l'avantage d'englober une simple image animée et une projection vidéo sur un support quelconque mais aussi une œuvre interactive qui intègre le visiteur-spectateur dans l'achèvement de l'œuvre.

Sur cette base, nous pourrions préciser, selon certains critères, ce que nous entendons et n'entendons pas par les œuvres nouveaux médias dans cette recherche. Il ne s'agit pas des médias informatifs et communicationnels tels qu'on les rencontre dans la vie quotidienne ou dans les musées afin de commenter, d'expliquer ou de situer les œuvres d'art. Il ne s'agit pas non plus d'œuvres qui exploitent les technologies médiatiques exclusivement en tant qu'outil de création, comme c'est le cas d'une photographie réalisée par un appareil numérique, mais imprimée sur un support papier.

L'objet de la recherche repose sur les œuvres qui font l'objet de collections muséales, dans un département donné, quels que soient les intitulés. Actuellement les

œuvres collectionnées au sein des musées existent sous les formes suivantes : bande vidéo ou sonore, CD-Rom, DVD-Rom, Site Web, téléphone portable, fichier numérique, disque dur, etc. On peut les situer historiquement à partir de la deuxième moitié des années 1960, ce qui inclut ainsi des œuvres qui ne sont pas « nouveaux médias » au sens strict mais le sont par le choix de l'institution, notamment en France.

Puisque l'appellation « œuvres nouveaux médias » n'est qu'une expression catégorique et générique, dans la présente thèse, nous allons utiliser un certain nombre d'expressions pour expliquer la spécificité de chaque œuvre. Pour désigner une œuvre en particulier, ou quand cela est jugé plus pertinent et judicieux afin de mieux expliquer l'œuvre concernée, nous pourrions faire appel à des termes plus spécifiques comme « installation vidéo », ou « projection vidéo », ou encore « œuvre filmique ».

La relation des œuvres nouveaux médias avec le milieu muséal : une problématique

Quand nous observons la situation et le positionnement de ces œuvres au moment de leur émergence dans la deuxième moitié des années 1960, nous constatons que les artistes ont entretenu une relation critique, non seulement avec les médias comme la télévision ou le cinéma, mais aussi avec le musée en tant qu'institution artistique fondée sur des conventions bien établies. Ainsi ils ont pris garde à la possible manipulation par le média et se sont opposés à la notion d'un art exclusivement cantonné au musée. Par exemple, pour les artistes de *Fluxus*, l'art est quelque chose qui entretient un lien avec la vie quotidienne et non pas quelque chose qui appartient exclusivement au musée. Ainsi les actions comme les happenings et les performances avaient lieu n'importe où, dans la rue, dans les champs, dans un garage, ou dans un appartement, etc.

Donc le musée n'était pas considéré comme un lieu « naturel » ou exclusif pour accueillir les nouvelles œuvres qui transgressaient les conventions artistiques de l'époque. Pour le musée, il n'a pas été très simple d'intégrer ce type d'œuvres aux collections. Du coup les artistes qui ont envisagé de travailler avec la vidéo, pour simplement exister, ont dû composer avec les contraintes des modes de production et de diffusion de ce type d'art. C'est la raison pour laquelle ont émergé, dans les années 1980, des festivals, des rencontres ou des projections spécifiques situées sur les marges de l'art, créant ainsi une

sorte de communauté militante (Parfait, 2001 : 9). Dans ce contexte historique, en termes de relation de ces œuvres avec le musée, le Centre Pompidou a été l'une des rares institutions qui s'est très tôt intéressée à ce genre de création artistique. Une étude sur la médiation des œuvres nouveaux médias dans cette institution pourra ainsi révéler des phénomènes importants qui nous permettront de répondre à notre question de recherche.

Au delà de ce positionnement critique de certains artistes face au musée, nous constatons que les œuvres nouveaux médias posent des questions fondamentales dès lors qu'elles se trouvent dans le contexte muséal. Il est certain qu'elles ne sont pas de même nature et qu'elles ne se délivrent pas au public de la même manière que les œuvres traditionnelles, telles la peinture et la sculpture. Avec les œuvres nouveaux médias, ce qui compte davantage que la nature physique c'est le contenu qui se déroule dans une durée. Ce sont aussi des œuvres « activables », c'est-à-dire qui ne peuvent réellement exister que lorsque le programme est lancé. Dans la plupart des cas ce que le public perçoit, ce sont des œuvres déjà en état d'activation, c'est à dire qu'il ne reçoit que des images en mouvement et du son, sans connaître les dispositifs techniques qui président à leur mise en action. En quelque sorte, ces œuvres demeurent dans une double identité en tant que contenus (images et sons) et contenant (objet médiatique). L'écart entre ces deux aspects de l'œuvre pourrait par conséquent, modifier la nature des rapports du public à l'œuvre.

Les œuvres nouveaux médias peuvent exister sous différentes formes et formats. La reproduction d'une œuvre numérique, par exemple, est théoriquement identique à l'original, alors que chaque édition d'une gravure ou d'une photographie argentique n'a pas la même valeur que l'original en raison de la dégradation de la matrice ; ce à quoi il faut ajouter une nouvelle fois que le concept sur lequel reposent ces œuvres diffère du principe d'unicité sur lequel reposent les œuvres plus traditionnelles, comme la peinture ou la sculpture. En effet, le concept d'œuvre « originale » et unique n'existe plus, à priori, dans les œuvres nouveaux médias. Et cela peut perturber le public, détenteur d'une certaine conception de l'œuvre d'art, lequel peut se demander s'il s'agit vraiment d'une « œuvre ». Ainsi peut-il s'interroger sur le fait que, dans le cas le plus général, une œuvre nouveaux médias puisse trouver une place légitime au musée à côté de « chef d'œuvres », ou peut se poser la question de la nécessité d'un musée pour ces œuvres. Certes il en va autrement des installations multimédia qui nécessitent, dans le musée, des espaces spécifiques pour les accueillir.

En résumé, on pourrait définir les nouveaux médias comme des œuvres qui développent un espace-temps-récit particulier qui implique d'une certaine façon le public, qui ont un certain caractère éphémère, qui ne marquent pas de différence fondamentale entre l'original et la copie. Tout cela est quelque chose qui continue d'interroger et de déranger le fonctionnement et l'organisation du musée traditionnel, même si la légitimité d'une partie de ces œuvres semble être acquise dans la plupart des institutions d'art contemporain. Même si les musées font des efforts constants pour améliorer leur accueil, elles sont en quelque sorte des œuvres qui déstabilisent la notion classique du musée.

Le musée comme dispositif qui crée l'une des possibles situations de communication pour les œuvres nouveaux médias

Nous posons enfin une question centrale de notre recherche : quels sont les facteurs qui singularisent ou particularisent la médiation et la réception des œuvres nouveaux médias dans les musées d'art contemporain ? Nous voulons donc conduire une recherche fondée, d'une part, sur cette question de la médiation des œuvres nouveaux médias en analysant les pratiques de médiation proposées par les institutions muséales et d'autre part en analysant la nature de leur réception. Cette thèse voudrait identifier les problèmes soulevés par les œuvres nouveaux médias dans les musées et leur impact sur ses différentes fonctions d'acquisition, de conservation et de restauration, mais également sur les modes d'exposition et de diffusion des œuvres et, enfin, sur le processus d'appropriation par les visiteurs.

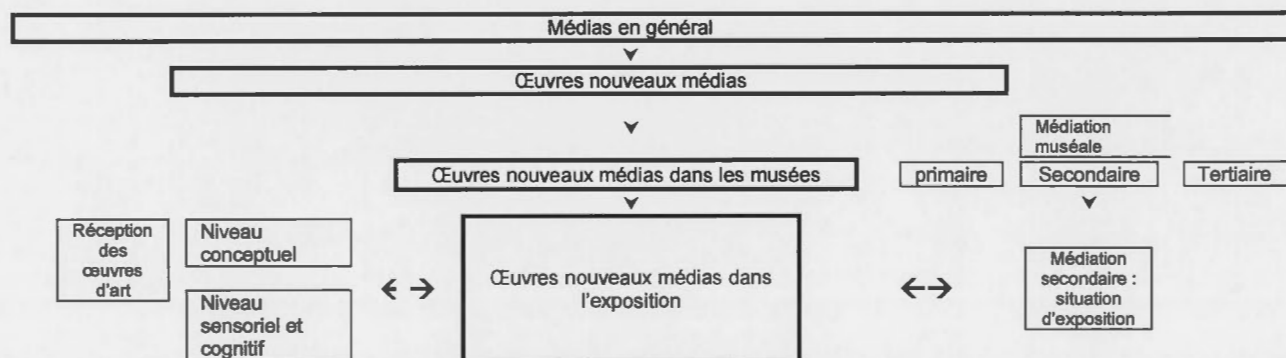
Afin de répondre à la question principale de notre recherche, nous analysons d'une part l'organisation des signes de la médiation produite par le musée et d'autre part la dynamique d'appropriation des visiteurs du musée. Dans cette recherche, les trois pôles de communication muséale – œuvres nouveaux médias, médiation, réception – seront examinés en respectant une certaine hiérarchie des concepts théoriques développés préalablement dans l'examen doctoral.

Nous adoptons, dans la recherche, une approche en entonnoir et par palier, des concepts centraux qui la fondent. Afin de saisir les « œuvres nouveaux médias », le champ d'analyse se rétrécit comme dans un entonnoir. Nous commençons par examiner la notion usuelle de média, puis ce que peuvent actuellement signifier les « nouveaux médias » dans

le domaine de la SIC et de l'art, puis enfin les « œuvres nouveaux médias » dans le domaine de l'art. Parmi les situations que ces œuvres peuvent rencontrer dans le contexte artistique, nous examinons notamment le contexte muséal, qui semble poser davantage de questions. Enfin dans le musée, nous examinons la situation d'exposition, qui est l'une des situations possibles de présentation des œuvres nouveaux médias.

Par ailleurs, l'analyse de la médiation dans le musée se fait par paliers. En qualifiant la médiation muséale en tant que concept élargi de son usage courant (c'est-à-dire non seulement les interventions d'un guide ou les propositions d'outils de médiation comme un audio-guide, mais l'ensemble des travaux qui se font dans le musée), nous avons établi un modèle de médiation muséale comportant trois stades processuels : médiation primaire, secondaire et tertiaire. Dans cette recherche, nous appelons « médiations primaires » toutes les opérations et dispositifs du musée intervenant avant la conception de l'exposition (organisation de la collection, politique d'acquisition, actes de patrimonialisation) ; « médiations secondaires » les opérations qui se font pendant la conception et la réalisation de l'exposition (modalités et dispositifs d'exposition : mise en espace, cartels, vitrines, catalogue, brochures, etc.) ; et enfin « médiations tertiaires » les opérations qui viennent après le montage de l'exposition ou lorsque celle-ci jouit d'une indépendance (visite guidée, atelier, conférence, etc.).

Nous allons essayer d'examiner les problèmes que les œuvres nouveaux médias rencontrent à chacun de ces trois niveaux de médiation muséale.



« Relation des trois pôles de communication muséale en forme d'entonnoir »

Dans cette recherche nous examinons en profondeur les deux premiers niveaux de médiation. L'analyse du troisième niveau se limite ici à repérer des éléments pour une recherche ultérieure, par une étude sur la situation de réception et d'appropriation des œuvres nouveaux médias par les visiteurs.

Plan de la thèse sous forme d'entonnoir et par paliers

La thèse comporte quatre parties et elle peut être résumée ainsi :

I. Penser les œuvres nouveaux médias en termes communicationnels

Premièrement, *penser* les œuvres nouveaux médias en termes communicationnels. Nous analysons globalement ce que peuvent signifier les œuvres nouveaux médias, notamment en SIC, en histoire de l'art et en muséologie.

II. Analyse institutionnelle de la médiation primaire des œuvres nouveaux médias

Deuxièmement, *réfléchir* sur les raisons qui conduisent les institutions à mobiliser cette catégorie « œuvres nouveaux médias » et sur la manière dont elles gèrent les œuvres concernées. Il s'agit d'une réflexion sur la stratégie institutionnelle vis à vis de ce type d'objets que sont les œuvres nouveaux médias.

III. Analyse des stratégies et des dispositifs de médiation secondaire des œuvres nouveaux médias

Troisièmement, *analyser* certains dispositifs de la médiation secondaire. Parmi les différentes modalités de médiation secondaire, nous privilégions le cas de l'exposition (en termes traditionnels) et étudions l'ensemble de dispositifs de médiation dans l'exposition « elles@centrepompidou » (du 27 mai 2009 au 21 février 2011), une exposition d'œuvres de la collection permanente du Centre Pompidou.

IV. Etude de l'appropriation des œuvres nouveaux médias par le visiteur du musée

Quatrièmement, *observer* l'interaction avec les visiteurs dans le contexte de notre question principale. Ici nous testons une méthode expérimentale d'étude de réception des œuvres nouveaux médias par le public.

Chaque partie de la thèse traite un objet empirique spécifique de recherche. C'est-à-dire, qu'à chaque étape, nous utilisons un objet différent de recherche : dans la première partie, l'histoire des médias et son histoire dans l'histoire récente de l'art ; dans la deuxième et la troisième, les cas du Centre Pompidou, du Whitney Museum of American Art, du Musée d'art contemporain à Montréal et du ZKM ; dans la quatrième, l'exposition « elles@centrepompidou ». Bien évidemment il y aura toujours un rappel des autres cas de figure comme références comparatives, sans objectif d'évaluation, afin d'illustrer et d'affiner notre analyse de chaque objet empirique de notre recherche.

Nous procédons à l'analyse à partir de trois aspects particuliers des œuvres nouveaux médias : le temps, l'espace et le récit. Les problématiques qui sont autour de ces trois axes seront examinées selon des points de vue différents : selon les propres caractéristiques d'existence des œuvres, dans la médiation muséale et dans la réception par les visiteurs du musée. A la fin de chaque partie, un travail nommé « Focus sur une œuvre » sera proposé, avec pour but de mieux illustrer les problématiques soulevées dans la partie qui suit.

Plus précisément la thèse est organisée de la façon suivante :

Première partie : Penser les œuvres nouveaux médias en termes communicationnels

Cette 1^{ère} partie vise à construire un modèle théorique basé sur une approche communicationnelle de la médiation muséale des œuvres nouveaux médias. En quelque sorte il s'agit d'une déconstruction de la notion d'« œuvres nouveaux médias » qui va enfin permettre de mieux cerner le véritable objet de la recherche et les problématiques afférentes. Pour cette étape, nous travaillons principalement sur les littératures de plusieurs domaines, notamment en histoire de l'art, en science de l'information et de la communication, et en muséologie. La base de ce travail a été posée au moment de l'examen doctoral, avec une analyse des concepts majeurs de la recherche.

| Base conceptuelle : œuvres nouveaux médias | |
|---|--|
| Question | Comment peut-on définir et/ou délimiter les œuvres nouveaux médias en tant qu'œuvres d'art et en quoi les initiatives des artistes et les propriétés de ces œuvres posent-elles des questions au musée ? |
| Hypothèse | La catégorie « œuvres nouveaux médias » recouvre en réalité des objets extrêmement |

| | |
|---------------------------|---|
| | différents et hétérogènes. |
| Instrument | <p>Nous nous appuyons sur la discussion sur les médias en SIC, sur des recherches en arts numériques en histoire de l'art, et sur la littérature professionnelle.</p> <p>Nous construisons une grille d'analyse des mots employés pour qualifier ces œuvres dans différentes institutions muséales.</p> |
| Objet de recherche | Non défini avec un terrain matériel précis mais dans les domaines scientifiques concernés : SIC, histoire de l'art, muséologie principalement. |

Deuxième partie : Analyse institutionnelle de la médiation primaire des œuvres nouveaux médias

Cette 2^{ème} partie vise à comprendre comment les points que nous avons examinés dans la première partie vont soulever des problèmes particuliers au regard des fonctions habituelles du musée. Ici nous étudions les différentes stratégies d'organisation des œuvres nouveaux médias développées par les quatre institutions choisies : expressions ou appellations employées par le musée, contenu de la collection, nature et dimension des œuvres collectionnées, concept de « collection », questions de droit, etc.

Nous étudions principalement le cas du Centre Pompidou, compte tenu d'une part de son initiative précoce, développée en parallèle avec la naissance de cette nouvelle forme d'art, et d'autre part, de la diversité et de la dimension de ses pratiques muséales autour de ses collections. Ce cas principal sera analysé en rapport avec ceux du MACM, du WMAA, et du ZKM. Le travail sur trois corpus secondaires vise à enrichir l'analyse de notre terrain principal et à mieux le situer dans le contexte d'un domaine qui, comme nous l'avons déjà énoncé, comporte des caractéristiques extrêmement variées, hétérogènes et pratiquement indicibles en quelques mots.

Il ne s'agit pas pour autant de comparer ces institutions dans un but évaluatif. C'est pour cela que la taille des institutions varie ainsi. Il s'agit de proposer une analyse de pratiques et d'approches muséales différentes pour ce type d'œuvres. Les trois terrains secondaires ne seront donc pas traités de la même manière ni au même niveau. Cette analyse du terrain principal en rapport avec les terrains secondaires s'effectue afin de garder une colonne vertébrale à la recherche et afin de rendre compte de la réalité du domaine qui échappe facilement au cadre déterminé.

| Médiation primaire | |
|--------------------|---|
| Question | Quels types de problématiques posent les œuvres nouveaux médias pour être accueillies au musée ? Que recouvre réellement le terme « nouveaux médias » dans le domaine muséal ? Quelles sont les stratégies développées par les institutions muséales pour aborder, catégoriser, réunir les œuvres nouveaux médias ? |
| Hypothèse | Chaque institution a une manière différente de collectionner, de traiter et de conserver des œuvres nouveaux médias. |
| Instrument | Analyse institutionnelle avec une focalisation sur le CP en rapport avec les MACM, WMAA et ZKM (Analyse de documents institutionnels ; catalogues de collection, documents sur le site Internet officiel du musée, entretiens avec les responsables, etc.) |
| Objet | Centre Pompidou en rapport avec WMAA, ZKM, MACM |

Troisième partie : Analyse des stratégies et des dispositifs de médiation secondaire des œuvres nouveaux médias

Il s'agit d'une analyse de la médiation secondaire, c'est-à-dire la présentation des œuvres nouveaux médias au public dans le cadre des institutions muséales. Cette 3^{ème} partie vise à décrire les stratégies et les dispositifs de médiation secondaire mis en place dans une institution muséale pour présenter des œuvres catégorisées « nouveaux médias ».

Dans un premier temps, nous cernons les différentes modalités de médiation secondaire telles qu'elles sont pratiquées dans les différentes institutions. En raison de la nature complexe des œuvres nouveaux médias, que nous avons explicitées dans la première partie, qui les différencient par rapport aux œuvres qui ont déjà une pratique bien établie et calée au sein de musée, les œuvres nouveaux médias bénéficient de modalités de médiation beaucoup plus variées que d'autres types d'œuvres.

Dans un deuxième temps, parmi ces diverses modalités de présentation des œuvres pratiquées par le musée, nous examinerons plus précisément la situation de communication des œuvres nouveaux médias dans le cadre de l'« elles@centrepompidou ». Pour ce travail, nous repérons d'abord les situations de médiation pour les œuvres nouveaux médias proposées par le musée dans l'exposition. En

fait dans une exposition, les œuvres nouveaux médias peuvent être catégorisées selon des critères différents ¹⁰. Mais dans cette recherche nous focalisons précisément sur l'organisation spatiale des œuvres nouveaux médias, en prenant en compte le fait que les œuvres se situent matériellement dans un espace défini par le musée.

| Médiation secondaire : (i) généralité | |
|--|---|
| Question | Quelles sont les modalités de présentation des œuvres nouveaux médias dans les musées ? |
| Hypothèse | Les musées mettent en place des modalités et des dispositifs très variés de médiation secondaire afin de s'adapter à la nature spécifique des œuvres nouveaux médias. |
| Instrument | Analyse de documents et des pratiques muséales concernées. |
| Corpus | Centre Pompidou en rapport avec WMAA, MACM, ZKM |

| Médiation secondaire : (ii) étude sémio-pragmatique - exposition « elles@centrepompidou » | |
|--|---|
| Question | Dans quelle configuration spatiale les œuvres nouveaux médias sont-elles présentées dans le cadre d'une exposition ? |
| Hypothèse | Elles sont présentées selon différents dispositifs et configurations spatiales, afin de s'adapter à la nature spécifique de chaque œuvre. |
| Instrument | Etude sémio-pragmatique : observation et analyse de gestes de médiation secondaire dans l'exposition |
| Corpus | Exposition « elles@centrepompidou » au Centre Pompidou |

Quatrième partie : Etude de l'appropriation des œuvres nouveaux médias par le visiteur du musée

¹⁰ Par exemple le mode de mise à disposition de la temporalité (en boucle / en direct / extrait / projection avec des horaires précis), ou la nécessité d'équipements techniques (moniteur, LCD, moniteur d'ordinateur, projection.../ écran simple ou multiple / interactivité technique : créations numériques), ou l'organisation spatiale (nécessité d'un espace isolé, cohabitation avec d'autres types d'œuvres, etc.), ou les types d'activités demandées aux visiteurs (intervention dans le contenu de l'œuvre / regard / lecture / déplacements entre les éléments de l'œuvre / etc.).

Cette 4^{ème} partie vise à comprendre comment, dans l'exposition, le visiteur s'approprie les œuvres nouveaux médias « médiées » ou « exposées » : Comment la réception de telles œuvres se fait-elle par les visiteurs du musée d'art contemporain ?

Lors de l'introduction de la recherche sur la médiation muséale, nous avons développé une théorie portant sur trois médiations dont chacune demande une méthodologie d'analyse différente. Notre modèle consiste à étudier ces trois médiations, et nous avons étudié deux de ces étapes de médiation dans les parties précédentes. A travers l'analyse de ces deux types de médiations, nous avons identifié des conditions matérielles pragmatiques particulières, propres aux œuvres nouveaux médias, conditions qui rendent problématique la médiation tertiaire quant à se dérouler comme avec d'autres types d'œuvres dans l'exposition : leurs particularités au niveau du temps, de l'espace et du discours étant les trois principaux facteurs de ces conditions.

Dans la présente partie, en guise d'analyse de la médiation tertiaire, nous choisissons d'analyser la réception des œuvres nouveaux médias par les visiteurs de l'exposition. Pour réfléchir à une médiation tertiaire, il faut d'abord cerner la nature du phénomène de réception. Cela va nous permettre de mieux imaginer une médiation tertiaire adaptée aux particularités des œuvres nouveaux médias.

Afin d'identifier la particularité du processus d'appropriation des œuvres nouveaux médias par le visiteur, nous effectuons d'abord, l'observation des comportements des visiteurs de l'exposition « elles@centrepompidou ». Pour mieux préparer cette étude de cas, nous avons effectué des études préliminaires au MACM. Le travail au MACM avait pour buts, d'une part de tester et de perfectionner des grilles d'analyse élaborées pour le travail au Centre Pompidou, et d'autre part de préciser la question et l'hypothèse de recherche. Bien que ce travail soit préparatoire, il a donné un résultat significatif, sur lequel nous avons pu rebondir et ainsi renforcer l'étude de cas conduite ultérieurement au Centre Pompidou. D'autre part, nous avons effectué des entretiens approfondis avec cinq visiteurs recrutés préalablement, ceci afin de mieux comprendre la réception discursive des œuvres nouveaux médias par le visiteur, ainsi que les comportements repérés lors de l'observation des visiteurs.

Les données quantitatives, comme le traçage du parcours et du comportement, la mesure du temps d'arrêt devant l'œuvre ne constituent pas un but en soi, mais cela permet

de pointer et d'identifier un certain nombre de données sur l'appropriation des œuvres nouveaux médias par le visiteur. L'analyse des entretiens approfondis, conduits au Centre Pompidou, a permis de comprendre au moins partiellement, ce qui détermine le comportement des visiteurs.

| Réception : (i) Comportement spatio-temporel vis-à-vis des œuvres nouveaux médias | |
|--|--|
| Question | Quelles est la nature des comportements spatio-temporels des visiteurs d'exposition vis à vis des œuvres nouveaux médias ? |
| Hypothèse | Quel quelle soit le type d'énonciation des œuvres nouveaux médias dans une telle configuration spatiale, les visiteurs investiraient plus de temps pour les œuvres nouveaux médias que pour d'autres types d'œuvres, car elles s'inscrivent dans une durée donnée ou imposée par les artistes. |
| Instrument | Observation des comportements des visiteurs dans une exposition |
| Objet de recherche | Expositions « elles@centrepompidou » au Centre Pompidou avec un travail préliminaire à l'exposition « Acte de présence » au MACM. |

| Réception : (ii) Éléments influençant le comportement des visiteurs | |
|--|--|
| Question | Quels problèmes ces œuvres posent-elles aux visiteurs du musée et quels sont les éléments qui influencent leur comportement ? |
| Hypothèse | La représentation et l'expérience esthétique des œuvres nouveaux médias joueraient chez les visiteurs un rôle important dans leur gestion du temps d'arrêt devant une telle œuvre. |
| Instrument | Entretiens individuels avec 5 personnes recrutées préalablement, afin de cibler davantage la question de la gestion du temps. |
| Objet de recherche | Visite accompagnée dans l'exposition « elles@centrepompidou » au Centre Pompidou |

Enfin dans les annexes, nous retrouvons les éléments qui aideront à une meilleure compréhension du propos de la thèse. Entre autres, nous avons inclus les détails de l'analyse des gestes de la médiation secondaire, pour les œuvres nouveaux médias dans l'exposition « elles@centrepompidou », ainsi que nos observations des comportements des visiteurs effectuées dans les musées concernés. En termes d'entretiens, d'une part, il y aura des retranscriptions des entretiens avec les professionnels du musée, c'est-à-dire des conservateurs, archiviste ou manager général des institutions concernées. D'autre part, il y

a des entretiens approfondis effectués auprès de visiteurs des musées afin de mieux comprendre le processus d'appropriation des œuvres nouveaux médias dans le contexte de l'exposition. Enfin on trouvera un résumé de ces entretiens, plus précisément des facteurs décisifs de la réception des œuvres nouveaux médias, dégagés à partir des propos recueillis lors des entretiens avec les visiteurs du musée.

Nous précisons également que les exemples d'œuvres cités dans la thèse sont de trois types. Premièrement, nous nous référons à des œuvres historiques et à des artistes comme Nam June Paik, Bill Viola, Pipilotti Rist, etc. Sans doute ne pouvons-nous pas les qualifier comme appartenant à un même niveau, étant donné les différences de contexte et d'époque de leurs créations. Ces œuvres seront citées pour décrire l'histoire du domaine qui les concerne ou pour illustrer leurs caractéristiques. Deuxièmement, nous nous référons à des artistes ou des œuvres qui sont présentes dans la situation de médiation secondaire que nous analysons (exposition « elles@centrepompidou », au Centre Pompidou, et « Acte de présence » au MACM (comme Geneviève Cadieux, Mona Hatoum, Gary Hill, etc.)). Ces exemples choisis devraient permettre de mieux et plus concrètement analyser la situation de la médiation secondaire et de la réception par les visiteurs. Troisièmement, nous citons des artistes ou des œuvres sans en effectuer une analyse approfondie, cela juste à titre indicatif pour illustrer notre propos.

PREMIERE PARTIE

Penser les œuvres nouveaux médias
en termes communicationnels

La première partie propose de cerner l'objet central de la recherche que nous avons décidé d'appeler les « œuvres nouveaux médias ». Ainsi nous construirons un modèle théorique d'une approche communicationnelle de la médiation et de la réception de ces objets dans le domaine du musée d'art contemporain. L'ensemble des créations artistiques qui engagent les médias comme partie intégrante ne comporte actuellement pas de terme unique et consensuel pour les désigner. Du coup plusieurs terminologies cohabitent et sont employées par différents acteurs du domaine artistique ; art du multimédia, art numérique, art médiatique, art des médias, art technologique, art informatique, images en mouvement, *Time-based Art*, etc. Bien que ces appellations soient employées en assumant leurs défauts et qualités propres, aucune d'elles ne couvre les caractéristiques évolutives et complexes de ce domaine artistique.

Notre expression qui nomme ces œuvres les « nouveaux médias » est une sorte de pis-aller, et ne peut pas échapper à une justification de son emploi. Or, « nouveaux médias » est une expression qui a commencé d'être appliquée dans le domaine muséal pour désigner un ensemble de collections en tant que catégorie muséale, donc professionnelle. Donc il ne s'agit pas des médias qui servent exclusivement comme outil de la création, mais qui deviennent eux-mêmes des œuvres d'art. Ce n'est pas quelque chose que nous pouvons saisir implicitement, comme d'ailleurs c'est le cas pour toutes les autres expressions, car la mise en œuvre des médias dans l'art se fait d'une manière très complexe ; parfois comme un outil, parfois comme un sujet, parfois même comme une voie de diffusion, parfois tous les cas cités en même temps. Malgré l'évolution de leur légitimité en tant qu'art, les « nouveaux médias » ont des problèmes pour être reçus comme art en soi, car il y a également un fort développement des médias en tant qu'outil de médiation et d'information de l'art dans le domaine du musée. Il est donc nécessaire de préciser qu'il s'agit bien de l'œuvre d'art elle-même. Enfin, ce qu'on entend par les « œuvres nouveaux médias » ce sont les nouveaux médias en tant qu'œuvres d'art qui s'emploient avec pour but de se différencier des médias qui sont seulement utilisés comme outil d'information.

Pour saisir le vrai objet de recherche auquel cette expression fait appel, nous commençons par aborder la notion de « médias », laquelle occupe une place centrale dans la délimitation que nous effectuons. Dans le premier chapitre, cette notion sera examinée dans sa fonction d'origine qui est l'information et la communication avant de devenir un

objet reçu comme œuvre d'art à l'initiative des artistes qui les ont exploités comme un « nouveau » matériau de l'art. Ensuite, ce que le mot « nouveaux » signifie dans l'expression sera analysé. Etant un adjectif relatif donc problématique pour qualifier et préciser un ensemble d'objet, nous allons voir comment, pourquoi et avec quelle signification ce mot fonctionne pour donner un sens spécifique à l'expression.

Dans le deuxième chapitre, la place que les médias préoccupent dans le domaine de l'art, notamment en tant que nouveau matériau de la création artistique, sera examinée. Pour cela, nous survolerons l'historique de ces œuvres depuis leur apparition, qui remonte à la 2^e moitié des années 1960. Ce travail nous permettra une compréhension globale des initiatives des artistes qui ont adopté des médias dans leur travail. Ensuite, les propriétés de ces œuvres seront vues sous l'angle des trois éléments qui les caractérisent le mieux, et enfin ces œuvres seront classées dans leur nature physique en tant que médias, qui sont les formes sous lesquelles elles font l'objet de la collection muséale. Enfin, nous allons présenter les problématiques que ces œuvres rencontrent pour être reconnues comme « art », un facteur déterminant dans leur médiation et réception dans le contexte muséal.

CHAPITRE PREMIER

Introduction théorique et délimitation de l'objet de recherche

Dans la présente recherche, ce sont les nouveaux médias en tant qu'œuvres d'art qui font l'objet central de la recherche. Ici il ne s'agit pas simplement des nouveaux médias appliqués aux œuvres en tant qu'outils de création, mais en tant que partie même de l'œuvre. Mais la définition des nouveaux médias, ou des médias tout court ne débouche pas toujours sur une compréhension très claire de ce dont il s'agit, et c'est également le cas dans le domaine de l'art.

En fait, quel que soit son domaine d'application, la notion de « média » nécessite presque toujours d'être précisée. Avec la présente recherche, également, il faut que ce terme soit préalablement défini avant d'être associé à un adjectif comme « nouveaux » ou un mot qui désigne un statut d'objet comme « œuvre ». Donc, dans ce premier chapitre, nous allons rencontrer les différentes définitions et fonctions des médias dans le domaine de la science de l'information et de la communication. Cette étape d'examen de la notion d'origine de médias pourra contribuer à une meilleure compréhension des « œuvres nouveaux médias », notre objet de recherche, et des problèmes que soulèvent leur médiation et leur réception dans les musées. Ensuite nous examinerons le sens de « nouveaux » présent dans l'appellation de l'ensemble de ces œuvres. Malgré la contestation de son emploi, due, entre autres raisons, à sa relative pertinence, cette expression est également utilisée en cohabitant avec des expressions comme, par exemple « nouvelle technologie ». Avant d'aborder la question dans le domaine de l'art, le sens de « nouveaux » sera examiné associé aux médias, depuis le début de son utilisation, de même que les différentes problématiques qui rendent floue la compréhension de l'objet désigné.

1. Origines des nouveaux médias

Dans la démarche et délimitation de l'objet de recherche, il ne faut pas oublier que ces « médias » sont nés avec d'autres fonctions avant de servir en tant que « médium » de création artistique : ici bien évidemment les médias ne signifient pas le pluriel du médium, alors que ces deux mots partagent la même origine. Il est donc nécessaire de passer par les définitions du média dès son origine, c'est-à-dire celles qui sont mobilisées en sciences de l'information et de la communication.

1.1. Définition et délimitation des médias

Devant la question « que sont les médias ? », nous sommes incapables de proposer une définition claire et unique, mais au moins pouvons nous en citer sans difficulté quelques uns comme la télévision, Internet ou la presse. Mais certaines difficultés surgissent. Souvent un média désigne simultanément plusieurs choses – des objets techniques, des entités ou des systèmes – au caractère hétérogène. Par exemple, la télévision signifie à la fois le téléviseur et le réseau spécifique de diffusion d'informations ; quand on dit qu'« on va au cinéma », le cinéma peut vouloir dire le film mais aussi le lieu de projection des films. Ainsi il y a plusieurs usages du mot média, qui font obstacle à une définition claire et unique.

Dans un sens général, un média est défini comme un moyen de diffusion, de transmission et de communication d'informations. Selon Rieffel, les médias englobent « [...] toutes les techniques et tous les supports permettant aux hommes de communiquer entre eux, de transmettre des messages aux contenus les plus variés. » (Rieffel, 2005). Balle définit un média comme « un moyen – un outil, une technique, un intermédiaire – qui permet aux hommes de s'exprimer et de communiquer à autrui cette expression, quel qu'en soit l'objet ou la forme » (Balle, 2004). Bien que ces définitions du média recouvrent de vastes domaines et formes, nous voyons qu'elles restent peu précises pour nous permettre de clarifier ce que signifient les nouveaux médias, corpus majeur et concept-clé dans notre recherche.

Pour préciser la définition, voyons l'origine étymologique du terme. Avant de désigner d'autres choses, le(s) « média » est en amont le pluriel du mot latin « medium », qui signifie un « moyen », ou un « milieu », dans tous les sens et utilisations du terme. Mais avec le corpus de notre recherche il ne s'agit pas du média en tant que pluriel de médium. Il s'agit du mot média en usage dans le langage courant, c'est-à-dire une abréviation de *mass media* (les médias de masse) dont l'usage apparut aux Etats-Unis en 1923¹, en France en 1965 et fut francisé en 1983² : des moyens de diffusion collective permettant d'atteindre des publics extrêmement vastes et hétérogènes³. Ainsi cela rejoint les définitions proposées par certains dictionnaires qui prennent appui sur le côté « massif » du média ; « moyen, technique et support de diffusion massive de l'information (presse, radio, télévision, cinéma...) »⁴ ou « [...] abréviation de mass-média. L'ensemble des procédés de transmission massive de l'information »⁵.

Certes, le livre et le journal ont fonctionné et fonctionnent toujours en tant que médias de masse. Mais le moment d'émergence et d'usage courant du terme « média » en tant que médias de masse est lié à l'apparition de certains médias comme la radio et la télévision ; autrement dit l'électronique et la télécommunication sur lesquelles reposent ces médias ont joué un rôle crucial pour générer des publics nombreux et hétérogènes, à une échelle incomparable aux précédentes. En prenant en compte l'installation d'un usage devenu courant, cette recherche se limitera donc aux seuls médias électroniques. Ainsi les médias non-électroniques sortent du champ de notre recherche.

Pour résoudre cette ambiguïté des définitions, plusieurs chercheurs ont tenté une catégorisation. McLuhan a été l'un de ces premiers chercheurs. En classant les médias selon deux catégories ; les médias chauds (hot media) et les médias froids (cool media), il affirmait que les médias chauds comme la radio, le cinéma, la photo, le livre ne demandent pas une grande participation des usagers, alors que les médias froids comme le téléphone

¹ Alain Rey (dir.), *Dictionnaire historique de la langue française*, tome 2, Paris : Dictionnaire LE ROBERT, 1992, 1998, p. 2178-2179.

² *Le nouveau petit Robert de la langue française*, Paris : Dictionnaire Le Robert, 2009, p.1561 ; *Le trésor de la langue française* (en ligne), [http://atilf.atilf.fr/dendien/scripts/tlfiv5/advanced.exe?8;s=885784065](http://atilf.atilf.fr/dendien/scripts/tlfiv5/advanced.exe?8;s=885784065;);

³ Christophe PIAR, *Encyclopédie universalis*, version multimédia, consultation mars 2009.

⁴ *Dixel Dictionnaire*, Paris. Dictionnaire Le Robert. 2009. p.1209.

⁵ *Le grand Robert de la langue française : dictionnaire alphabétique et analogique de la langue française de Paul Robert*, 2^{ème} édition entièrement revue et enrichie par Alain Rey, Paris, Montréal : Les Dictionnaires Robert, 1988, p.330.

ou la télévision nécessitent au contraire une forte participation (McLuhan, 1964). Même si cette catégorisation garde un aspect assez flou, nous pouvons constater que depuis la fin des années 1960 il a eu conscience de l'évolution permanente des médias et surtout de l'importance de la place des utilisateurs-récepteurs⁶.

Aujourd'hui les médias sont le plus souvent classés en trois catégories ; - Médias autonomes (journaux, livres, disques, CD, DVD) qui n'ont pas de raccordement obligé à un réseau ; - Médias de diffusion (radio, télévision) qui nécessitent un réseau ; - Médias de connexion (ou de communication) (téléphone, fax, Internet) (Balle, 2004 ; Balle et Eymery, 1996 ; Rieffel, 2005). Le GRAM (Groupe de recherche sur l'art médiatique) de l'UQAM définit les médias selon deux possibilités : support servant à recevoir, à conserver ou à transmettre un message ou une information (bande magnétique, cassette, disque) et véhicule de l'information (radio, télévision, cinéma, presse, livres)⁷.

Bureaud explique que le mot média désigne aujourd'hui deux catégories : les médias de masse et les médias numériques et électroniques (Bureaud, 2004). Elle note quatre caractéristiques de base pour la première catégorie : 1. la communication y est de « un vers plusieurs » ; 2. la communication est unidirectionnelle même s'il y a des interventions du destinataire comme le courrier des lecteurs dans la presse écrite, les jeux télévisés interactifs, les questions des auditeurs à la radio et à la télévision, la participation du public dans certaines émissions, etc. ; 3. l'information est indifférenciée : tout le monde reçoit la même chose au même moment. A la télévision, la simultanéité de la temporalité de la réception est désormais altérée par l'usage des magnétoscopes ; 4. l'information est linéaire et se déroule selon des séquences prédéfinies.

Selon Bureaud, la deuxième catégorie repose sur l'ordinateur, l'informatique et les NTIC (nouvelles technologies de l'information et de la communication). Le terme devient ici plus flou, recouvrant des réalités et des pratiques différentes dans leur nature et leur structure, mélangeant souvent supports et médias. Lorsque l'on parle d'« art des nouveaux médias » ou d'« art multimédia », c'est à cette définition du mot « média » que nous faisons référence.

⁶ Marshall McLuhan, *Pour comprendre des médias*, Mame/Seuil, Paris, 1968.

⁷ Dictionnaire des arts médiatiques, UQAM, 1996, <http://132.208.118.245/Accueil.html>

Dans l'usage courant il y a trois définitions du média, qui font obstacle à une définition unique. D'abord il signifie les médias de masse comme la télévision ou la radio ; ensuite les institutions dans l'espace public comme *TF1* ou *Le Monde* ; enfin les dispositifs matériels d'organisation de la communication (Balle, 2004). Dans cette recherche nous emploierons en principe la définition en son troisième usage, car ce sont les musées qui sont le terrain de la thèse, un endroit où sont classées les collections en fonction de la nature matérielle et physique des œuvres.

Pourtant il ne faut pas ignorer que les artistes des nouveaux médias exploitent aussi les deux premières notions de média, avec un regard souvent critique, admiratif ou inventif, à la fois comme outil de diffusion et partie de l'œuvre. Ainsi plusieurs institutions internationales de médias ont été sollicitées pour *Good Morning Mr. Orwell* (1984), une œuvre de Nam June Paik⁸. Le projet de *Land Art* de Gerry Schum au début des années 1970 a été accueilli par quelques chaînes de télévision allemande (Schum *et al.*, 1979). Nous y reviendrons plus tard dans le volet concernant la télévision et l'art.

Ainsi concernant les nouveaux médias, qui ont une nature ambiguë ; à la fois immatérielle, virtuelle et matérielle, les frontières entre l'outil et le résultat, l'auteur et le lecteur, l'œuvre et sa voie de diffusion restent floues. C'est la raison pour laquelle il faut être attentif au contexte d'usage du terme lors de cette recherche. Mais dans tous les cas, ce genre de création artistique nécessite d'être conservé sous la forme de différents dispositifs matériels quand il fait l'objet de collection muséale, même si dans le cas des œuvres nouveaux médias, pour des raisons d'obsolescence des appareils et supports utilisés, ce qui est conservé ne l'est pas toujours avec du matériel d'origine, celui employé lors de la création.

1.2. Fonctions et objectifs principaux des médias (Balle, 2004, p. 58-78).

Les différents usages du média désignent à la fois un rôle déterminé et la meilleure façon de remplir ce rôle. Celui-ci échappe difficilement à la tâche qui lui a été assignée : organe d'information et de communication ; moyen de divertissement, d'évasion ou de

⁸ Focus sur une œuvre, p.111.

connaissance ; support ou vecteur d'œuvres artistiques. Donc il y a toujours des fonctions d'origine des médias qui ressortent dans les œuvres nouveaux médias même si les artistes les détournent et les transforment en travaux artistiques. Dans le chapitre prochain, nous allons étudier comment les médias se transforment en travaux artistiques tout en détournant mais également en utilisant leurs objectifs et fonctions d'origine. Ici, nous survolons les quatre fonctions principales des médias afin de rappeler quel fut le point de départ des artistes.

1.2.1. Information⁹.

Les *news* sont nées avec le développement de la presse quotidienne à la fin du 19^{ème} siècle et les premières furent le *Times* et le *Wall Street Journal*. Désormais les journalistes racontent « ce qui se passe » dans l'actualité. D'abord inventé en Angleterre puis développé en Europe continentale et aux Etats-Unis, le journalisme d'information se divisa en deux modèles : le reportage et la chronique (Balle, 2004).

Jusqu'au début des années 1960, les quotidiens ont joué un rôle majeur dans l'opinion, les idées et la vie politique. Ensuite, le monopole de la presse commença à s'ouvrir aux autres médias comme la radio et la télévision. Par exemple, John Kennedy a été élu président grâce à la télévision, ceci selon les commentateurs de l'époque. Quand le général de Gaulle s'est adressé aux soldats français, appelés les soldats perdus, en poste dans les djebels d'Algérie, en 1961 et en 1962, c'est le transistor qui a joué un rôle essentiel.

La morphologie de l'information se transforma en 1976 lorsque l'UNESCO offrit l'occasion de plaider pour l'instauration d'un « nouvel ordre mondial de l'information » ouvert au « tiers monde ». A l'époque l'information ne parlait pas vraiment du tiers monde et si c'était le cas, elle était souvent déformée par les pays du « nord » et il s'agissait surtout d'une certaine propagande culturelle du « nord » en direction du « sud ».

⁹ Le mot désigne ici « l'action de prendre des renseignements ». Il s'agit de l'information que l'on porte à la connaissance d'un public, un sens développé avec le développement de la presse. Alain Rey (dir.), Dictionnaire historique de la langue française, tome 2, Paris : Dictionnaire LE ROBERT, 1992, 1998, p. 1833.

Après 1994, année sur laquelle nous reviendrons plus tard, Internet s'immisce dans la brèche ouverte par ses prédécesseurs. Mais les enjeux et les règles du jeu de la presse n'ont pas radicalement changé. En revanche les particuliers commencent à créer leurs propres réseaux d'information avec Internet ; par exemple, avec les blogs personnels et des réseaux sociaux comme *Facebook*, *Twitter* ou *LinkedIn*. Ce dernier phénomène est évidemment lié à l'expansion de l'ordinateur personnel (PC).

1.2.2. Communication.

Désignée comme « mise en commun, échange de propos, action de faire part », la communication a été une notion théorique, juridique, médicale ou physique. Balle remarque qu'avec les médias, la communication est devenue utilitaire. Aujourd'hui elle signifie influencer les autres, pour vendre quelque chose, pour inculquer une idée, pour donner une image positive d'un homme politique ou d'une institution. Les médias préfèrent parler d'information afin d'obtenir un surcroît de confiance de la part de ceux auxquels ils s'adressent, et avoir en même temps un plus grand pouvoir de persuasion (Balle, 2004, p. 65).

La publicité est l'une des formes de communications modernes. Naturellement, elle a été développée avec les études sur les médias. Les médias et la publicité progressent désormais ensemble et à un rythme similaire. Ils se soutiennent mutuellement afin de conquérir de nouveaux marchés. Ils développent les mêmes arguments et invoquent les mêmes valeurs devant ceux qui mettent en cause leur action, voire leur existence. De fait, la publicité assure parfois la totalité du financement de certains journaux.

Avec d'autres disciplines comme la psychologie sociale ou le marketing, la publicité s'affine. Elle devient de plus en plus subtile et indirecte ; « On vend non des oranges, mais de la santé, non de la lanoline, mais de l'espoir, non un moyen de transport, mais l'appartenance à une classe sociale privilégiée » (Balle, 2004, p. 66). Ici nous soulignons une caractéristique manipulatrice invisible de la communication et de la publicité. Selon René Girard, nous n'avons pas autant de choix que nous pouvons le croire, « que ce soit celui d'une cravate ou celui d'une femme ». Souvent nous choisissons les objets déjà désirés par autrui, parce que nous voulons, sans nous avouer cette faiblesse, lui

ressembler. La publicité et la communication ont ainsi créé ce genre de « guide d'opinion » ou de modèles conformes.

1.2.3. Divertissement.

Si le cinéma a déjà commencé de jouer un rôle de divertissement de masse au début du XX^e siècle, la fonction de divertissement du média s'est fortement développée dans les années 1950 avec la diffusion de la télévision, qui est devenue une véritable industrie. La place de la télévision dans les foyers américains, par exemple, est devenue de plus en plus importante avec une augmentation considérable de l'écoute quotidienne. Par exemple dès 1960, les Américains regardaient la télévision jusqu'à sept heures par jour.

Avec le show-business de la fin du 19^e siècle, comme le spectacle du *Moulin Rouge* et la projection cinématographique au *Café de la paix*, un nouveau genre de spectacle donne naissance à une industrie entièrement vouée au grand public et à son divertissement. Il s'agit toujours de plaire et de séduire, grâce à une maîtrise parfaite d'émotions universelles comme la tristesse, la joie, la sympathie, etc.

Tandis que le cinéma devient la plus grande usine à rêves du XX^e siècle, la radio et la télévision envahissent les stades et les salles de concerts pour glorifier le sport et la chanson. L'un et l'autre donnent lieu à des spectacles collectifs. En les retransmettant en direct, la radio et surtout la télévision font de ces spectacles les plus grands divertissements de tous les temps.

Ils les transfigurent afin de s'adapter aux règles de la télévision. En outre, ils inversent le rapport de forces en leur faveur. Les films sont financés par les diffuseurs, afin d'être proposés aux téléspectateurs, d'abord en version payante, ensuite sur les chaînes gratuites, enfin dans le circuit des enregistrements sous forme de cassettes ; les événements sportifs ou les concerts des grandes vedettes sont conçus pour être vus à la télévision, bien plus que par les spectateurs présents dans les salles ou sur les stades.

Même s'il s'est formidablement développé avec la télévision, le divertissement ne repose pas sur un seul média mais il crée une relation entre les différents médias. Des programmes de « flux », lorsqu'il s'agit d'un événement unique tentent d'avoir un taux

maximum d'audience, alors que des programmes de « stocks » veulent rallier le plus longtemps et le plus souvent possible. Aujourd'hui cette fonction se lie souvent avec d'autres fonctions comme information et éducation ; *Infotainment*, *Edutainment*.

1.2.4. Education.

Aujourd'hui les médias occupent une partie de la fonction d'éducation relevant traditionnellement de l'école, de la famille, de la religion et de la société. Bien que l'émission éducative à distance, via la radio existait déjà, comme *Radio Sorbonne*, dès le début de l'expansion de la télévision dans les années 1950, fascination et inquiétude portées sur le média à l'égard de l'éducation coexistaient et la télévision a été souvent considérée comme un danger pour l'éducation. Elle a été également critiquée en raison de caractéristiques qui ne correspondent pas à l'éducation traditionnelle : savoir en miettes, superficialité, appel à l'émotion plutôt qu'à la raison, détrônement de l'écrit. Un aveu d'un instituteur interrogé par Claude Brémont en 1964 est relayé par ces opinions critiques ; « Moi, je ne peux pas apporter des satisfactions immédiates, je suis le maître d'école, dans ma blouse grise, avec la craie [...], comment puis-je faire concurrence à ce qu'il y a justement d'attirant, de séduisant et d'immédiatement satisfaisant à la télévision ? » (Balle, 2004, p. 74).

Pourtant le concept de télévision scolaire ou éducative a surgi entre les années 1960 et 1970 dans le monde de l'éducation alternative, à destination des familles ou écoles défaillantes. *Sesame Street*¹⁰, qui a appris l'alphabet à des dizaines de millions d'enfants en est un exemple. Certes, la télévision n'a pas pu remplacer l'école mais elle reste un outil qui offre une complémentarité. Aujourd'hui non seulement la télévision mais d'autres médias sont utilisés comme outils complémentaires ou alternatifs à l'éducation ; par exemple, c'est le cas pour l'éducation à distance ou pour les adolescents intéressés par différents multimédias. Après 1990, le multimédia va plus loin que la télévision sur le terrain de l'éducation, en même temps qu'il tire les leçons de ses échecs ou de ses

¹⁰ Créée le 10 novembre 1969 aux Etats-Unis par Jim Henson et dont la musique est de Joseph Raposo, *La Sesame Street* est une émission de télévision pour les jeunes enfants. La série a été conçue, en utilisant la télévision afin d'enseigner aux enfants d'âge préscolaire, et de leur donner les compétences permettant une transition réussie entre la maison à l'école. <http://www.sesamestreet.org/>

désillusions. Le multimédia est relativement facile à utiliser par n'importe quel « apprenant », quel que soit son âge. L'un de ses atouts est la possibilité de l'individualisation du parcours de l'apprentissage : l'élève travaille à son rythme, quand il le veut, où il veut.

Il est un outil efficace de l'enseignement à distance pour ceux qui sont empêchés de se déplacer jusqu'à l'établissement scolaire. Le CNED (Centre national d'enseignement à distance) a été créé en 1939 en France pour pallier la désorganisation du système d'enseignement due à la guerre, et aujourd'hui il exploite pleinement les médias et les nouvelles technologies pour l'éducation à distance. Aujourd'hui le multimédia offre un nouveau mode d'acquisition de savoirs avec la diversité des formes d'expression qu'il met à la disposition de l'apprenant – le texte, le son, les images, la vidéo et les données¹¹.

2. La place problématique du mot « nouveaux »

Ainsi qu'annoncé plus haut, dans la présente recherche, nous parlons majoritairement des médias électroniques, ici en ce sens qu'ils nécessitent un courant électrique pour leur fonctionnement. Mais il est indéniable que les médias non-électroniques, comme le livre ou le journal en papier, par exemple, furent les « nouveaux » médias de l'époque où ils sont nés. Alors qu'est-ce que cet adjectif signifie exactement ? A partir de quand le média devient *nouveau* ? En quoi ces médias sont nouveaux ? Est-ce que l'application de cet adjectif est judicieuse pour désigner l'objet majeur de cette recherche ? Pour obtenir des réponses, nous allons examiner quelques usages du mot et divers points de vue de chercheurs.

2.1. Usages et signification du mot « nouveaux »

¹¹ Cependant les médias ne résolvent pas tous les problèmes d'éducation. Même avec le multimédia, les apprenants doivent savoir « recevoir », trier les informations acquises, naviguer selon les objectifs appropriés.

Même si cette expression « nouveaux médias » est largement employée dans plusieurs domaines, beaucoup d'auteurs sont d'accord sur le fait qu'il s'agit d'une appellation « défavorable [unfortunate] », comme par exemple avec la description de Christiane Paul (Paul, 2008, p. 2-3). En effet un travail de définition précède presque obligatoirement une étude qui concerne cette expression, y compris bien évidemment dans la présente recherche.

En premier lieu, nous constatons que cet adjectif a une dimension relative à son objet. Comme Steve Dietz le rappelle, lors de chaque invention d'un média, cette définition se renouvelle :

Qu'est-ce que les nouveaux médias? En 1839, c'était la photographie. En 1895, c'était le cinéma. En 1906, c'était la radio. En 1939, la télévision. En 1965, la vidéo. En 1970, l'infographie. En 1980, l'animation par ordinateur. En 1994, le World Wide Web. En 1995, le *Mosaic*. Ensuite, ce fut *Quicktime*, *Shockwave*, *Real*, *Flash*. 1999 a été l'année de la base de données ; 2000, l'art transgénique; 2001, les PDA. En 2002, ce sera la télépathie.¹² (Dietz, 2001).

Quand les médias deviennent-ils « nouveaux » ? Manovich désigne le point de divergence entre les anciens et les nouveaux médias lors de la rencontre du développement du média moderne et du calculateur, deux outils essentiels pour faire fonctionner la société de masse (Manovich, 2001, p. 49-51). Le calculateur s'est mué en ordinateur avec la technologie numérique, c'est à ce moment là que le média et l'ordinateur se rencontrent et créent une autre forme de média, ce qu'on appelle « nouveau média ». Manovich distingue le nouveau média par rapport aux anciens médias sur la base de 5 principes ou différences clés ; représentation numérique, modularité, automation, variabilité et transcodage culturel (Manovich, 2001, p. 22).

Avec les « nouveaux » médias, il s'agit donc en principe du média qui exploite pleinement la technologie numérique, bien qu'elle ne soit pas le seul et principal critère

¹² " *What is new media?* In 1839, it was photography. In 1895, it was motion pictures. In 1906, it was radio. In 1939, television. 1965, video. 1970s, computer graphics. 1980s, computer animation. 1994, the World Wide Web. 1995, Mosaic. Then Quicktime, Shockwave, Real, Flash. 1999 was the year of the database; 2000, transgenic art; 2001, PDAs. In 2002, it will be telepathy."

pour définir les nouveaux médias. C'est pour cela que les sous-catégories du nouveau média reposent souvent sur des dispositifs numériques comme le CD ou DVD-Rom, Internet ou les jeux à l'ordinateur.

Répandu à partir de 1994, l'emploi de l'expression « nouveau média » est lié à l'expansion de l'ordinateur personnel mais aussi à l'accès généralisé du public à Internet avec le WWW (World Wide Web). Bien que l'accès individuel à la technologie numérique se soit massivement répandu depuis les années 1980 avec la naissance du PC (Personal Computer), les chercheurs retiennent l'année 1994 comme date de divergence entre les anciens et les nouveaux médias. C'est en 1994 qu'ont eu lieu plusieurs événements historiques dans le domaine des médias : le *DirecTV*, le premier bouquet de télévision numérique par satellite est lancé (Balle, 2004, p. 33), the *Hearst Corporation*, un groupe multinational des médias de masse, a créé une division *New Media* et par ailleurs the *New York New Association* ont vu le jour cette même année (Tribe, Jana et Grosenick, 2009, p. 6).

En quoi cette technologie numérique est-elle si révolutionnaire pour désigner les médias en question comme *nouveaux* ? C'est parce qu'elle change le rapport entre le média et le public. Le média de masse comme la télévision a longtemps fonctionné sur la communication unidirectionnelle et l'information indifférenciée, mais le média né avec la technologie numérique comme Internet donne au public davantage de possibilité d'intervention. Sur Internet, théoriquement, tout le monde peut être à la fois auteur et lecteur, tandis qu'un média comme la télévision ne donne pas cette place d'auteur aux spectateurs, sauf dans une moindre mesure par des envois de courriers ou des participations encadrées par la chaîne de production. Mais on ne peut pas affirmer que l'interactivité est une caractéristique globale des œuvres nouveaux médias, car il s'agit seulement d'une possibilité dont disposent les auteurs des médias. La définition des nouveaux médias par le DOCAM (Documentation et conservation du patrimoine des arts médiatiques) à Montréal au Canada, reflète aussi cette évolution de la place du public-usager :

S'entend des moyens par lesquels l'art, la science, la politique, l'économie et d'autres formes de culture sont réinventés et manipulés en tant qu'information. Contrairement aux médias radiotélévisés, les nouveaux médias tels que le Web, le

courrier électronique, la messagerie électronique textuelle et les réseaux poste à poste favorisent la communication entre intervenants multiples et l'innovation selon l'approche « à faire soi-même »¹³.

Malgré cette distinction, avec la technologie numérique, quand il s'agit de nouveaux médias, nous rencontrons toujours la même question : « en quoi est-ce nouveau ? ». Jeanneret analyse cet adjectif appliqué aux médias selon trois catégories (Jeanneret, 2007). Il s'agit d'abord de nouveauté technique. Par exemple, lorsque la télévision a été inventée, elle était un vrai nouveau média car elle n'existait tout simplement pas auparavant. On peut parler également d'une nouveauté sociale : il s'agit des nouveaux usages d'un média existant. Par exemple, le réseau d'origine d'Internet a été inventé dans le but de communications réservées aux opérations militaires, mais aujourd'hui il est utilisé non seulement pour la communication entre les individus, mais aussi pour une infinité d'autres activités comme par exemple le commerce et l'éducation. Enfin il y a la nouveauté médiatique. Cette notion de nouveauté est liée à l'intérêt économique du marché. Avec chaque nouvelle version d'un objet comme un téléphone mobile, il ne s'agit finalement que de quelques aménagements techniques, mais au fond ce n'est pas vraiment nouveau.

A travers l'examen de l'origine et du sens de cet adjectif associé aux médias, nous notons que son emploi a commencé avec le développement de la technologie numérique dans le domaine de la science de l'information et de la communication. Le sens de son emploi d'origine s'est situé lors du changement du rapport entre les médias et leur public destinataire ; la technologie numérique a été qualifiée ainsi comme quelque chose qui « renouvelle » le rapport unidirectionnel que les (anciens) médias avaient mis en place. Mais en tous cas, et en général, les nouveaux médias ne remplacent pas complètement les anciens médias, comme on vient de le voir. Soit ils améliorent les anciens, soit ils en modifient les usages d'origine, soit ils les « renouvellent » pour en développer la commercialisation. Donc la notion de nouveauté est relative, variable et plutôt symbolique.

¹³ La définition de « nouveaux médias » (environnement artistique), Glossaurus – Recherche, DOCAM (documentation et conservation du patrimoine des arts médiatiques), <http://www.docam.ca/fr/voir-le-glossaurus.html> : dernière consultation le 3 août 2014.

2.2. Rapports entre les « anciens » et les « nouveaux » médias

Dans l'évolution des médias, on peut constater deux prises de position opposées à l'égard des nouveaux médias : utopisme et apocalyptisme. Alors que la tendance utopiste révèle l'aspect positif de la technologie, la tendance apocalyptique reste dans une position négative. En quelque sorte, l'analyse des médias par McLuhan se positionne plutôt de ce dernier côté. Par exemple, quand la télévision a commencé à se développer et à avoir un pouvoir important sur la vie des gens, notamment aux Etats-Unis dans les années 1950 et 1960, certains intellectuels s'inquiétèrent (Rush, 2003, p. 16) du pouvoir envahissant de ce nouveau média, alors que bien évidemment, il y avait des personnes ou groupes qui profitaient des possibilités de ce média dans le domaine commercial. Par exemple, « La ferme des animaux (1984) », le roman dystopique de George Orwell peut être classé de ce côté. Ces intellectuels considéraient le pouvoir des médias avec une certaine méfiance. Concernant le transfert virtuel du message à distance, quand la tendance utopiste dit que maintenant on est capable de relations tactiles à distance, l'autre tendance affirme que notre perception en souffrirait, que notre culture serait détruite et même que nous perdriions notre corporéité¹⁴.

Ce type de discours provoqué par l'évolution du média revient régulièrement ; telle la discussion autour de la réalité virtuelle il y a 10 ans, celle sur le cinéma au début de XX^{ème} siècle, le panorama et la fantasmagorie au XVIII^{ème} siècle, etc. Mais si nous regardons bien l'évolution des médias, contrairement aux craintes de certains, les nouveaux médias ne remplacent pas totalement les anciens médias. Ils sont dans une relation plutôt évolutive. Le taux d'utilisation de chaque média à chaque époque évolue considérablement. Même avec un livre électronique du type *Kobo* ou *Kindle*, les gens continuent de lire et personne ne parle de la disparition du livre, en tout cas pour le moment. On peut dire que les médias ont évolué dans le temps, renouvelés, remodelés par les nouvelles technologies.

¹⁴ Par exemple Eisenstein (1947 ; 1988), Minsky (1988), Youngblood (1970), et Moravec (2000) appartiennent probablement au groupe « utopique », alors que Eberhard (1805), Postman (1986), Baudrillard (1993), and even Flusser (1985) viennent plutôt du côté « apocalyptic », Oliver Grau, « Remember the Phantasmagoria! Illusion politics of the Eighteenth century and its multimedial afterlife », in Oliver Grau (ed.), *MediaArtHistories*, MIT Press, Cambridge, 2007, p. 137-162.

En réalité, les nouveaux médias sont souvent issus d'un autre et nouvel usage des médias existants. Aujourd'hui les différents médias fonctionnent souvent en complémentarité. Ici nous pouvons remarquer un phénomène de mutation. Avec les nouveaux médias, ces trois familles de médias que nous avons repérées lors de la définition des médias – médias autonomes, médias de diffusion et médias de connexion – convergent. Par exemple, la photocopieuse initiale, basée sur la technique de la photographie est devenue un outil multifonctionnel grâce à la technologie numérique ; non seulement elle scanne les images et les textes, mais elle peut également envoyer le document par fax et/ou email sous la condition d'existence d'une connexion à un réseau. Aujourd'hui un téléphone portable du type « Smartphone » est non seulement un outil de communication mais aussi d'information et de divertissement. Or ce phénomène n'existe pas seulement dans l'évolution des médias électroniques. Les journaux, les livres se « publient » en ligne et beaucoup de gens les lisent sur Internet par les voies de divers dispositifs électroniques (Smartphone, livre électronique, Internet).

Finalement nous nous posons cette question « Est-ce que ce que nous appelons nouveaux médias est vraiment nouveau ? », ce qui rejoint l'interrogation de Jeanneret concernant la nouvelle technologie. La tendance de convergence des médias contribue à ce changement de rapport. Ce phénomène de *Media convergence* est advenu notamment avec les technologies numériques et c'est pour cela que la technologie numérique est une des caractéristiques importantes des nouveaux médias.

Or, l'application sans distinctions très claires des expressions « Nouveaux médias » et « NTIC » crée une situation de confusion. Jeanneret remarque que l'emploi du terme n'est pas toujours évident, notamment pour distinguer entre les techniques et les technologies. De ce fait, le CD-Rom, le DVD-Rom, Internet relèvent de l'appellation (nouvelles) technologies, alors qu'ils sont en même temps des (nouveaux) médias. Avec l'usage courant du terme, quand on entend parler des « médias », on pense aux médias de masse avant tout, en omettant les autres dispositifs qui relèvent aussi des médias. Afin d'éviter cette ambiguïté, Jeanneret suggère d'employer le terme de « médias informatisés » (Jeanneret et Tardy, 2007).

Ce premier chapitre a exploré la notion de nouveaux médias dans sa définition et sa fonction d'origine. Malgré la possibilité de définitions variables, les médias actuels peuvent être compris comme un moyen de diffusion à une échelle incomparable à ce que permettaient les précédents avec l'arrivée de l'électronique et la télécommunication, comme notamment la radio et la télévision. A ce moment-là, les médias ont ajouté une première connotation de médias de masse à ce terme média. Suite à cette première rupture, les médias ont eu une deuxième rupture avec les médias de masse fondés sur la technologie numérique, qui a modifié la relation unidirectionnelle en instituant un « nouveau » rapport aux usagers. Désormais les médias sont non seulement un moyen de diffusion de l'information, mais aussi celui de création d'informations. Mais même avant cette deuxième rupture issue de la technologie numérique, les artistes se sont approprié les médias comme un nouveau matériau de l'art, en les détournant mais aussi en tirant parti de leurs fonctions d'origine : information et communication, divertissement et éducation, ce que le chapitre qui suit aborde et précise.

CHAPITRE 2.

Quand les (nouveaux) médias deviennent art

Le premier chapitre a permis de cerner ce qui peut être entendu comme nouveaux médias dans le domaine de la SIC. Maintenant nous regardons comment ces médias s'associent à l'environnement artistique. Ainsi qu'il a été précisé dans l'introduction, le corpus majeur de la recherche est les nouveaux médias en tant qu'œuvres d'art. Pourtant dans le domaine de l'art et celui du musée, les médias de divers usages et statuts cohabitent ; les médias en tant qu'œuvres d'art et ceux destinés à l'information sur l'art. Bien qu'ils puissent exister dans les mêmes interfaces et dispositifs physiques, ils n'ont pas de même statut, ni au niveau artistique, ni au niveau médiatique. Ce chapitre traversera l'histoire, les caractéristiques et les catégories de ces œuvres en tant qu'objets précis, afin de mieux définir l'objet de la recherche.

1. Historique de l'art des nouveaux médias

Bien que l'objectif majeur de la présente recherche ne soit pas d'écrire une histoire complète de cet art, il est nécessaire de survoler les périodes historiques remarquables de l'évolution de cet art, afin de comprendre comment les médias se sont intégrés dans le domaine de l'art en tant que nouveaux matériaux de l'art et comment ils ont permis aux artistes de développer initiatives et innovations. En fait, comme cela est souligné par de nombreux chercheurs, la description de l'histoire de l'art des nouveaux médias n'est pas une tâche si simple. Car entre autres, avec les œuvres nouveaux médias il s'agit d'une histoire en devenir et « en cours »¹⁵ (Rush, 2005, p. 9). Mais également la place et le statut des médias intégrés et/ou appliqués à l'art sont complexes. Dans cette section, nous tentons d'entrer dans le détail de cette complexité à travers l'examen historique de l'évolution de ces œuvres dans lesquelles ont été sollicités et engagés les médias.

¹⁵ Concernant cette complexité de la construction de l'histoire, nous y reviendrons dans le prochain chapitre.

1.1. Prédécesseurs et pionniers

Tandis que les nouveaux médias se sont développés dans le domaine muséal en tant qu'outil de médiation et de recherche depuis ces deux dernières décennies, bien auparavant, les artistes s'étaient engagés dans l'exploitation des médias de leur époque et avaient créé des œuvres-médias. Cependant ces œuvres créées grâce aux médias et qui existent en tant que médias, soit « anciens » comme la télévision, soit « nouveaux » comme la vidéo numérique, sont souvent considérées comme un phénomène « récent » (Gere, 2004, p. 47-63). Cela est certes vrai par rapport à la peinture à l'huile qui est apparue vers les années 1400. Pourtant les médias et les technologies de l'information et de la communication sont exploités en tant que moyens de créations artistiques depuis plus de 50 ans. Avant d'aborder les créations contemporaines, il est donc important et nécessaire de comprendre non seulement les transformations qui ont dominé depuis les premiers temps de la vidéo et durant la période florissante du numérique des années 1990, mais aussi l'histoire des prédécesseurs.

En retraçant l'histoire des nouveaux médias, nous constatons, dans les créations artistiques actuelles, les influences de certains prédécesseurs. En ce qui concerne l'origine esthétique et conceptuelle, un même esprit de revendication se trouvait dans le mouvement Dada dès les années 1920, un mouvement international, avec un groupe d'artistes et de littéraires, comme Richard Huelsenbeck et Tristan Tzara, qui souhaitait remettre en cause l'ensemble des conventions et des contraintes idéologiques, esthétiques et politiques.

Avec la vidéo, les artistes ont pu aisément filmer, couper, effacer et recoller les images en mouvement. Cependant, les techniques de manipulation des images existantes à cette époque avaient déjà été exploitées par les dadaïstes des années 1920. Depuis Marcel Duchamp, la toile n'est plus considérée comme le support canonique pour les créations d'images et de nouvelles pratiques artistiques comme le collage, le photomontage et le ready-made ont été exploitées par les artistes. Ces pratiques sont bien évidemment présentes dans d'autres courants artistiques contemporains, mais en ce qui concerne le territoire des œuvres nouveaux médias, elles ont été mises en œuvre avec la technologie médiatique. Il y a eu d'autre part, ce qu'on peut désormais appeler les performances des dadaïstes, porteuses de messages critiques envers la société, elles évoquent beaucoup un certain nombre d'œuvres nouveaux médias d'aujourd'hui. Tribe a souligné le rapport que

les œuvres nouveaux médias ont entretenu avec la société à partir des années 1990, en rappelant que cet esprit est fondé sur celui des Dadaïstes des années 1920 ; tout comme Dada était en partie une réaction à l'industrialisation, à la guerre et à la reproduction mécanique des textes et des images, l'art des nouveaux médias peut être considéré comme une réponse à la révolution des technologies de l'information et de la numérisation des formes culturelles (Tribe, Jana et Grosenick, 2009, p. 7).

La réflexion sur la relation à la culture commerciale contemporaine propre aux œuvres nouveaux médias se présente souvent comme douée d'une dimension critique et d'une certaine manière elle semble prolonger certains aspects du Pop'art des années 1960 (Tribe, Jana et Grosenick, 2009, p. 8). L'art conceptuel, en remettant en cause l'objet comme finalité de la pratique artistique, a certainement servi de tremplin aux œuvres nouveaux médias. En effet, durant les années 1960, l'art met l'accent sur l'idée davantage que sur l'objet (Lippard, 1973 ; 2001). Cette position se trouve également dans l'esprit des artistes du premier temps de la vidéo : leur création n'était pas, en effet, un objet de vente (ou très rarement) et ce qui intéressait les artistes était l'expérimentation artistique que les médias ont rendue possible. Ainsi les œuvres nouveaux médias se sont développées en continuité et en lien avec les mouvements artistiques qui ont précédé ou qui leur étaient contemporains.

Il existe également un lien incontestable entre les œuvres nouveaux médias et le travail des artistes de Fluxus, issu en partie de la musique expérimentale (Rush, 2005, p. 24). Avec le Fluxus, il ne s'agit pas d'un mouvement aux contours délimités avec une liste de membres mais plutôt d'une nébuleuse d'artistes, d'écrivains, de cinéastes, de musiciens, comme John Cage, Nam June Paik, Yoko Ono, Robert Filliou, etc. Au cœur de Fluxus, il y a un esprit « Anti-Art », et qui s'oppose surtout à une conception dominante de l'art : « s'agissant de l'art considéré comme la propriété exclusive des musées et des collectionneurs » (Rush, 2005, p. 24). En se déclarant « néo-dadaïstes », ces artistes veulent se démarquer du modernisme institutionnel. En relayant le travail de Duchamp, ils essaient d'établir un vrai lien entre l'art et le quotidien. Les actions comme les *happenings* et les performances ont lieu n'importe où, dans la rue, dans les champs, dans un garage, ou dans un appartement, etc. Ainsi est-il assez paradoxal de voir aujourd'hui ces œuvres collectionnées par des institutions qu'elles dénonçaient dès le début.

Tandis qu'elles comportent déjà certaines caractéristiques importantes des œuvres nouveaux médias, les œuvres issues de la mouvance Fluxus, évoquées ci-dessus, ne concernent pas exclusivement celles-ci et elles ont contaminé l'art contemporain en général, au plan des postures artistiques comme au plan du renouvellement des matériaux des œuvres. C'est pourquoi notre but est de discerner, au-delà de Dada et de Fluxus, comment cette tendance artistique des œuvres nouveaux médias s'est développée et a évolué.

1.2. Vidéo, un nouveau médium et outil de création artistique

L'arrivée de la vidéo a fortement bouleversé le rapport que les publics entretenaient avec les médias existants, basé sur une communication unidirectionnelle. Les artistes ont été très vite pris possession de ce nouveau médium qui a élargi considérablement leurs possibilités de création artistique. Quand le *Portapak* de Sony, premier magnétoscope de vidéo portable, a été commercialisé en 1965 aux Etats-Unis, ils ont été enchantés de disposer de moyens techniques peu contraignants de création d'images mobiles (Centre Pompidou, 2011), ceci par rapport aux médias existants comme le cinéma et la caméra de télévision. Son prix se situait entre 1 000 et 3 000 dollars à cette époque, certes un prix assez élevé mais il était plus accessible que la caméra de télévision qui coûtait de 10 000 à 20 000 dollars (Rush, 2003, p. 7). Les caméras 16 ou 8 mm apparues dans le domaine du cinéma avant le *Portapak*, restaient onéreuses et donc peu accessibles à beaucoup d'artistes. En outre une cassette vidéo pouvait contenir 60 minutes de film alors qu'une bobine de 8 mm ne contenait que 3 minutes d'enregistrement (Centre Pompidou, 2011). Portable, donc moins contraignant pour le déplacement, cet appareil a offert aux artistes une occasion de création pratique et plus économique.

Facilitant ainsi la création d'images en mouvement au niveau technique, le *Portapak* a permis aux artistes d'entretenir un nouveau rapport avec les images en mouvement, ceci avec une spontanéité et une instantanéité inouïes. Avec la vidéo, on pouvait non seulement enregistrer l'instant présent mais aussi l'effacer sur place, alors qu'avec le film il fallait passer par plusieurs étapes très contraignantes comme le développement et le tirage.

Enfin, les artistes pouvaient aborder le sujet d'une manière beaucoup plus intime ; « La vidéo autorisait également un sentiment d'intimité que le cinéma était incapable de procurer » (Rush, 2005, p. 90). Par exemple les artistes comme Vito Acconci et Bruce Nauman braquaient littéralement l'objectif de la caméra sur eux-mêmes, en tant que « prolongement du geste artistique », qui était associé plutôt à l'acte physique de peindre propre aux expressionnistes abstraits comme le geste du « dripping » de Jackson Pollock. Grâce à la vidéo, dit Rush, « il devenait possible d'enregistrer le geste de l'artiste et de donner à voir son corps attelé à l'acte de création. » (p. 90).

Les pratiques vidéographiques des premiers temps peuvent être classées en deux catégories ; les documentaires d'inspiration activiste et les réalisations davantage dites d'art (Rush, 2003, p. 14 ; 2005, p. 85). Rush les a classées en quatre catégories :

La première regroupe des artistes aux motivations politiques qui voyaient dans le nouveau médium l'occasion de participer à la fois à la culture des médias d'une manière jusqu'alors impossible pour des artistes individuels et de contrer l'hégémonie de la télévision commerciale. La deuxième catégorie renferme les artistes / documentalistes pour qui la vidéo était un moyen facilement abordable d'enregistrer les changements politiques, les bouleversements sociaux et les mouvements artistiques. La troisième est formée par les artistes plasticiens issus de Fluxus, ou qui participaient déjà activement au mouvement de l'art conceptuel, et qui utilisèrent la vidéo dans le cadre de leurs recherches sur le processus artistique. Un quatrième groupe, beaucoup moins nombreux que les précédents, était constitué de cinéastes expérimentaux pour qui la vidéo était un complément occasionnel de leur travail cinématographique. (Rush, 2003, p.14)

A travers ces catégories, nous voyons que les objectifs politiques et artistiques ont été mêlés aux pratiques vidéographiques du tout début. Encore une fois, ces catégories montrent que la vidéo a été utilisée à la fois comme un outil de documentation de la réalité, celui de création et celui de la critique à l'égard des médias de masse. Cette complexité définit effectivement une problématique importante pour la construction d'une histoire de l'art.

Nam June Paik est un des premiers artistes qui a profité de cet appareil en tant qu'outil de création. Dès l'arrivée sur le marché de cette caméra en 1965, Paik a filmé le cortège pontifical sur la 5^{ème} avenue à New York, puis l'a montré le soir même au café à

GoGo, un endroit alors fréquenté par beaucoup d'artistes et cela est considéré comme la première présentation d'art vidéo (Rush, 2005, p. 87). Le point de distinction entre son travail et celui du média existant, telle la télévision se situe à la charnière entre l'objectif et l'acte. Le premier, le travail de Nam June Paik, n'était pas destiné à la vente ou à la consommation de masse dont le deuxième était issu. Paik ne « couvrait » pas l'événement, il s'agissait d'une expression personnelle et d'un autre point de vue par rapport à un événement.

Les Levine et Frank Gillette sont aussi parmi des premiers artistes à avoir utilisé *Portapak*, la vidéo portable. Ils filmaient la vie de la rue « d'une manière brute et sans jamais esthétiser le propos ni imposer une mise en scène. Présentés tel quels, les sujets n'étaient en rien « artistiques » (Rush, 2005, p. 85). Issus de leurs travaux, de nombreux collectifs de vidéo ont surgi aux Etats-Unis, comme *Videofreex*, *Raindance Corporation*, *Ant Farm*, etc., qui se sont développés en ce mouvement de « Guerilla TV » (Boyle, 1992). Nous reviendrons plus en détail sur ces artistes et collectifs, avec des exemples concrets, dans le prochain volet.

La critique des médias de masse de l'époque, notamment de la télévision a été un des sujets préoccupants les œuvres vidéographiques des premiers temps (Rush, 2005, p. 20, 91). Avec la vidéo, les artistes voulaient mettre en débat l'ensemble du réseau et le pouvoir manipulateur des médias de masse sur le public. Ils ont détourné les fonctions des médias et repensé la place et le rôle du spectateur des médias. Plus concrètement, les sujets de surveillance médiatique et d'identité (du féminisme et de la recherche corporelle, par exemple) ont été largement traités.

La vidéo a été aussi un parfait outil de documentation du « réel » comme la performance. Avec la vidéo, les artistes enregistrent leurs actions et mouvements dans une durée réelle, « donnant à ressentir la traversée d'un processus » (Centre Pompidou, 2011). Le propos d'Hermine Freed est éclairant sur l'usage et l'utilité de la vidéo en tant qu'outil pour conserver la mémoire des performances. Il explique que l'arrivée de *Portapak* a été quelque chose dont les artistes de l'époque avaient besoin pour réaliser leurs idées artistiques :

Le Portapak semble avoir été inventé tout spécialement pour les artistes. C'est au moment où le pur formalisme avait achevé sa course, où il était devenu

politiquement gênant de réaliser des objets, et ridicule de ne rien faire, où de nombreux artistes travaillent à des performances sans disposer de lieux où les montrer, ou ressentaient le besoin de conserver une trace de leurs actions, au moment [...] où il devenait évident que la télévision communiquait plus d'informations à plus de gens que ne pouvaient le faire de grands murs, où nous avons compris que pour définir l'espace il était nécessaire d'y inclure le temps, où de nombreuses idées reçues, dans d'autres disciplines, étaient remises en question et de nouveaux modèles proposés, p. c'est juste à ce moment-là que le Portapak arriva sur le marché.¹⁶ (Freed, 1976)

Ainsi les vidéos des premiers temps se sont concentrées sur l'immédiateté et la spontanéité de ce qui était filmé, puis les artistes ont commencé d'exploiter la possibilité de manipulation des images en mouvement. Avec les fonctionnalités de la vidéo, les artistes pouvaient non seulement couper, ralentir et recoudre le temps, mais aussi jouer des effets spéciaux en changeant et déformant les couleurs et/ou les formes des images. Ainsi, de nombreuses expériences ont été réalisées par les artistes.

Bill Viola est un des artistes qui exploraient pleinement les capacités fonctionnelles et de manipulation de la bande magnétique. Dans sa vidéo *The Reflecting Pool* (1977-1979) (Fig. I-1), un homme sort d'une forêt dense et s'arrête au bord d'une piscine ou bassin rectangulaire. L'homme se rapproche du bord, il enlève ses chaussures et s'accroupit en criant et se prépare à faire un saut puissant. Pourtant, juste après qu'il ait sauté, dans ce fragment de seconde qui aurait dû précéder une plongée bruyante dans le "miroir d'eau", lequel symbolise le reflet de son identité, quelque chose d'inattendu se produit. Son corps se fige en l'air et s'arrête dans une position fœtale au-dessus de la surface de l'eau. Le temps semble s'être arrêté. Bien que le corps montré par Viola se soit immobilisé en l'air, l'eau continue à se mouvoir et à onduler naturellement. Ensuite l'homme disparaît mais le reflet de cet homme flotte encore sur l'eau. Ainsi ce genre de scène qui ne peut pas se produire dans la réalité est devenu réalisable avec la vidéo.

¹⁶ "The Portapak would seem to have been invented specifically for use by artists. Just when pure formalism had run its course; just when it became politically embarrassing to make objects, but ludicrous to make nothing; just when many artists were doing performance works but had nowhere to perform, or felt the need to keep a record of their performances ; [...] just when it became clear that TV communicates more information to more people than large walls do; just when we understood that in order to define space it is necessary to encompass time; just when many established ideas in other disciplines were being questioned and new models were proposed — just then the Portapak became available."



Fig. I-1 : Bill Viola, *The Reflecting Pool*

Tandis que les pratiques vidéographiques avaient surgi à peu près simultanément sur différents continents, elles se sont développées localement selon leur propre histoire et contexte. En Europe, elles ont démarré un peu tardivement, car *Portapak* est devenu accessible un peu plus tard qu'aux Etats-Unis. Représenté souvent autour du travail des collectifs indépendants comme Vidéo Out, Vidéo 00 ou Les Cent Fleurs, le début de l'art vidéo en France est fortement lié à la révolution sociale de 1968 et surtout aux mouvements universitaires : par exemple, pour le mouvement 68, l'université Paris 8 a prêté les équipements de la vidéo aux artistes pour qu'ils puissent travailler (Van Assche, 2012). Mais ce qui n'était pas négligeable, c'était aussi la structure de la télévision ; par rapport aux Etats-Unis qui avaient beaucoup de chaînes locales, même si elles étaient subventionnées par l'Etat, la structure de la télévision en France a toujours été plus centralisée. Dans la prochaine sous-section, nous verrons comment la télévision a été traitée et réfléchi par les artistes ; comment elle a été traitée en tant qu'objet et utilisée en tant que plateau de diffusion.

1.3. Télévision et art, une relation de type « je t'aime, moi non plus »

« La télévision nous a attaqués et notre vie,
maintenant nous pouvons l'attaquer en retour »¹⁷

Nam June Paik, 1965

¹⁷ "Television has been attacking us all our lives, now we can attack it back."

Comment la télévision est-elle devenue un sujet/objet de création artistique dès les années 1960 ? Ceci peut être expliqué par quelques chiffres statistiques concernant ce média de masse. L'influence de la télévision sur la vie quotidienne était en grande expansion à cette époque. En 1953, soixante six pour cent des foyers américains possédaient un poste de télévision et en 1960, ce pourcentage avait atteint presque quatre-vingt-dix pour cent (Sawelson-Gorse, 2000, p. 73 ; Rush, 2003, p. 16). Cet engouement pour la télévision n'a pas cessé d'augmenter et en 1965, vingt pourcent des foyers américains possédaient deux téléviseurs ou plus (Sawelson-Gorse, 2000, p. 73). Dès 1960, les Américains regardaient des programmes télévisés jusqu'à 7 heures par jour, et autour de cette pratique de téléspectateur, une nouvelle société de consommation s'est formée, notamment en raison de la publicité commerciale, qui était sa principale source de financement (Ruch, 2005, p. 84). L'attachement du public à la télévision a été quelque chose de très fort et souvent celle-ci a été décrite comme « a member of the family », « a family friend », « a nurse », « a teacher », et même « a family pet ». (Spigel, 1992, p. 50).

Avant de parler des créations artistiques avec la télévision ou autour d'elle, nous avons besoin d'identifier les différents statuts de ce média de masse. Ils ont d'ailleurs fait obstacle à une définition unique des médias, ce que nous avons vu dans le chapitre précédent. Comme nous l'avons souligné lors du travail de définition des médias, la télévision signifie d'une part l'ensemble du système télévisuel, y compris le réseau de diffusion, et d'autre part le moniteur ou récepteur ou poste de télévision, c'est-à-dire un objet technique à proprement parler.

Dès les années 1960, des artistes se sont intéressés à ces deux identités de la télévision, l'objet en lui-même et le média de masse. Or leurs approches de ces deux aspects de la télévision ont été souvent simultanées. Dans l'« EXPOSITION of EXPERIMENTAL TELEVISION (1963) », sa première exposition personnelle à la galerie Parnasse de Wuppertal en Allemagne, Nam June Paik a manifesté pour la première fois, un intérêt artistique pour la télévision. En la proposant comme un objet matériel et industriel, il a conduit un travail de réflexion sur la nature réelle de ce média, ceci même avant son acquisition du *Portapak* en 1965. En remplissant l'espace de la galerie avec des moniteurs de télévision, il a essayé de détourner et de repenser la place de la télévision dans notre société, plus précisément le rapport que les récepteurs de ce média sont supposés entretenir habituellement avec elle. Certains moniteurs ont été posés sur le sol,

quelquefois sur le côté. Ce travail peut être qualifié de sculpture ou plutôt d'installation médiatique. Les images diffusées sur les écrans n'étaient pas celles que la télévision montre ordinairement. En interrompant le signal de la télévision et en la déplaçant hors du « salon » du foyer, ces images diffusées perdaient toute dimension commerciale, celle à laquelle les médias de masse ont été destinés, parmi d'autres fonctions (Rush, 2005, p. 91 ; Rush, 2003, p. 56). Depuis, de nombreuses manifestations artistiques ont été organisées avec un grand nombre d'artistes agissant sur cette question de la télévision en tant que sujet/objet ; par exemple, « TV as a creative medium » à la galerie Howard Wise à New York en 1969, la première exposition aux Etats-Unis entièrement consacrée à l'art vidéo.

En parallèle à la fascination des spectateurs pour ce « nouveau » média, la crainte du phénomène de dépendance de la télévision a surgi parmi les intellectuels et les artistes. McLuhan a été sans conteste un des premiers et des plus brillants analystes de ce phénomène des médias de masse. Il a très vite compris le pouvoir manipulateur des médias de masse envers les récepteurs. Il a souligné qu'une force d'opposition à la manipulation des médias de masse existe chez les récepteurs-utilisateurs (Rush, 2003, p. 16). Sa critique de la télévision et de la publicité commerciale a servi de point de rassemblement à certains artistes des années 1960, ce qui se concrétisait par exemple avec des travaux de collectifs comme ceux de « Guerilla TV ».

Comme l'intitulé de « Guerilla TV » le suggère déjà, il s'agissait de mouvements critiques de la télévision. Influencé par le « cinéma vérité » des années 1960 en France et aux Etats-Unis, le style de la télévision indépendante s'est opposé au genre de narration avec la « voix impérative de Dieu » [authoritarian voice-of-God] des médias. L'événement *Media burn* (1975), organisé par le collectif *Ant Farm* de San Francisco est l'exemple d'une performance critique sur le système de la télévision. Après un discours comme celui précédant le lancement d'un voyage spatial, un personnage habillé en astronaute conduit une Cadillac (un symbole du capitalisme) lancée à toute vitesse qui fonce contre un mur fait d'un tas de téléviseurs en flammes sur un parking à San Francisco.

Bien que l'événement ait été réalisé explicitement dans un esprit critique à l'égard des médias, il a utilisé le style standard de la diffusion du discours et de l'information des médias pour sa propre communication. Mais le rapport que des artistes de la vidéo pionnière ont entretenu avec le système de la télévision n'est pas toujours facilement

définissable. Ce qui est ironique dans l'événement « Media burn », c'est que malgré une position critique et négative à l'égard des médias de masse, il a pu bénéficier de tous les dispositifs médiatiques pour sa communication.

La position des grandes chaînes télévisuelles n'a pas toujours été radicalement opposée à celle des télévisions guérillas. Avec le travail documentaire *Four more years* (1972), la chaîne *TVTV* (Top Value Television) a produit des reportages de type inédit. Par exemple, les correspondants de la chaîne se sont infiltrés dans chaque parti, démocrate et républicain, lors de leurs conventions en 1972. Avec une caméra vidéo légère, ils ont réalisé des entretiens spontanés et impromptus avec les politiciens et journalistes. Paradoxalement, ce genre de pratiques, qui rendait bien l'authenticité et l'immédiateté des faits, a fasciné les grandes chaînes de la télévision de l'époque et elles ont fini par les adopter dans leurs propres productions (Rush, 2005, p. 85-86).

Enfin, malgré leurs analyses critiques et leur méfiance à l'égard de la télévision, les artistes dont nous parlons ont quand même voulu s'en servir en tant que nouvel outil et support de diffusion de leur travail artistique ; le côté démocratique et de masse de ce média a indéniablement retenu leur attention. D'ailleurs à l'époque certaines chaînes de télévision, surtout en Europe, et certaines chaînes locales aux Etats-Unis ont offert des opportunités exceptionnelles aux artistes. Même si la vidéo est arrivée plus tardivement par rapport aux Etats-Unis, les nouvelles pratiques ont émergé en France sur les chaînes de la télévision nationale. Les chaînes, comme la RTF (la radio- télévision française) et Antenne 2 (ancienne France 2) en France, ont offert l'opportunité à des artistes-réalisateurs d'explorer les possibilités de création et de diffusion démocratique. L'« Ubu Roi » réalisé en 1965 par Jean Christophe Averty est un exemple incontournable qui montre bien le début d'une utilisation créative et libre des productions télévisuelles. Avec sa technique du « trucage vidéographique », Averty a créé « un nouvel espace filmique où les éléments graphiques et les personnages se croisent sur l'écran » (Centre Pompidou, 2011). Il est remarquable qu'à cette époque la liberté des artistes a été jusqu'au point où une chaîne acceptait des points de vue critiques sur sa propre existence, comme dans l'émission « le jeu bête et méchant du professeur Choron » des années 1960.

Valie Export, une artiste autrichienne a été invitée en 1971 par Kontakte, un programme de télévision autrichienne et réalisé « Facing a Family ». En montrant les

visages des membres d'une famille en train de dîner tout en regardant la télévision, l'artiste a offert une situation de réflexion aux spectateurs, mis comme face à un miroir. « L'artiste, en pensant son œuvre en dehors du musée pour l'insérer dans un schéma quotidien, interpelle ce dernier dans son intimité, l'amenant à s'interroger sur son attitude, son lieu de vie, et sur ce qu'il partage avec toute une communauté invisible qui, comme lui, fait la même chose : regarder la télévision en dînant. En manipulant le son et l'image de cette séquence (arrêts sur image, grésillements et coupures sur la bande son...), elle interrompt la régularité du flux télévisuel et dérègle sa force hypnotique, forçant ainsi le spectateur à réagir » (Centre Pompidou, 2011).

Avec *Good Morning Mr. Orwell* (1984)¹⁸ de Nam June Paik, le travail artistique au sujet du média de masse s'est concrétisé sous la forme d'une performance vue à distance en relation avec les grandes chaînes de télévision du monde entier. Réalisée et diffusée en direct le jour du nouvel an 1984, Paik a créé un événement-performance comme réfutation de la vision dystopique de George Orwell dans son roman imaginaire « 1984 », publié en 1949. A travers cet événement, Paik a appuyé sur le bon usage de médias de masse :

[...] Orwell n'a souligné que le côté négatif, c'est-à-dire la communication à sens unique. Je ne vois pas la vidéo comme un moyen dictateur, mais comme un libérateur. C'est ce que ce spectacle est, comme un symbole de la façon dont la télévision par satellite peut traverser les frontières internationales et combler d'énormes lacunes culturelles ... la meilleure façon de se protéger contre le monde d'Orwell est de rendre ce support interactif de sorte qu'il peut représenter l'esprit de la démocratie, pas de la dictature.¹⁹ (Paik cité dans Lovejoy, 2004, p. 234 ; Shanken, 2009, p. 34)

De nombreux artistes, institutions artistiques et grandes chaînes de télévision ont été sollicités pour cet événement inédit ; il a été diffusé par TV WNET à New York et par le Centre Pompidou à Paris, en direct via le satellite, ainsi que par WDR en Allemagne et KBS en Corée du Sud. Il a été diffusé à l'échelle nationale aux États-Unis à la télévision

¹⁸ Focus sur une œuvre, p. 111.

¹⁹ "Orwell only emphasized the negative part, the one-way communication. I see video not as a dictatorial medium, but as a liberating one. That's what this show is about, to be a symbol of how satellite television can cross international borders and bridge enormous cultural gaps...the best way to safeguard against the world of Orwell is to make this medium interactive so it can represent the spirit of democracy, not dictatorship."

publique, et a atteint une audience remarquable de plus de 25 millions de téléspectateurs dans le monde entier.

Or, il n'y avait pas que les artistes qui s'intéressaient à la potentialité de la télévision dans l'art. Gerry Schum, un des premiers galeristes ouvert aux œuvres vidéographiques, a produit de nombreuses séries télévisuelles et éditions d'œuvres vidéo. En 1969, il avait ouvert deux galeries, à Berlin et à Düsseldorf, consacrées entièrement à l'art vidéo. A la fin de la même année, il a produit l'œuvre *TV as a Fireplace* (1969) de Jan Dibbets. Pendant huit jours consécutifs entre Noël et la Saint-Sylvestre, à la fin de ses programmes quotidiens, une chaîne allemande WDR 3 (Westdeutscher Rundfunk)²⁰ a diffusé par séquences de trois minutes, l'image d'un feu de cheminée en train de se consumer. Même s'il a essayé de trouver une solution utopique pour la diffusion de l'art par la télévision, l'approche de Gerry Schum a tourné à l'échec, ce qui l'a conduit au suicide (MAMVP, 2003).

En somme, malgré son pouvoir manipulateur qui a engendré beaucoup de postures critiques de la part des artistes, l'aspect démocratique de la télévision a séduit beaucoup de ceux-ci à cette époque et pendant longtemps encore. Ainsi Tanya Leighton a décrit cette relation entre la télévision et la vidéo d'artistes comme une relation « agonistique » (Leighton, 2008), ce média de masse a suscité cette relation contradictoire, d'amour et de haine. Malgré l'engagement de quelques institutions dans ces créations artistiques ou dans des programmes télévisuels, la télévision a fonctionné comme une voie de diffusion à part entière, c'est-à-dire que le musée n'était pas le lieu principal de ces œuvres d'art. Nous allons revenir sur ce point dans la prochaine partie, lors de notre analyse des problématiques que les œuvres nouveaux médias rencontrent au moment de la patrimonialisation dans le musée.

1.4. Le numérique, une nouvelle esthétique à l'ère de la convergence médiatique

Ainsi qu'on a vu dans le chapitre précédent, les médias de masse ont considérablement évolué avec le développement de la technologie numérique à partir des années 1990.

²⁰ Radiodiffusion de l'Allemagne de l'Ouest

Avec cette avancée technologique du numérique, tous les secteurs médiatiques ont véritablement changé de statut. Il est indéniable que l'expansion de l'exploitation de la technologie numérique dans l'art est liée à l'usage de plus en plus répandu des ordinateurs personnels (PC : personal computer). Ceci a en effet modifié non seulement le rapport que chaque média entretenait avec les utilisateurs, mais aussi la place, le rôle et enfin même la définition de l'artiste. Avec les logiciels de travail d'image, comme *Photoshop*, par exemple, les usagers peuvent en toute facilité créer et manipuler les images. Les effets graphiques et le trucage vidéographique ne sont dès lors plus réservés aux studios professionnels.

Le progrès de la technologie numérique a permis à l'art vidéo de profiter de nouveaux modes de création et de diffusion à différentes échelles. La vidéo n'a plus besoin d'utiliser d'équipement spécifique pour la création et la diffusion. Elle peut être créée et diffusée avec plusieurs types d'appareils numériques, c'est-à-dire non seulement avec le magnétoscope et le projecteur mais aussi avec l'ordinateur, l'appareil photo et même, plus tard par le Smartphone. Avec l'écran plat, peu importe si c'est à plasma ou LCD, les vidéos peuvent être présentées avec plus de facilité technique, presque comme les autres types d'œuvres d'art plus traditionnelles. Même si ceci n'a pas une fonction de création à proprement parler, certains artistes, comme Bill Viola ou Sam Taylor-Wood, créent des œuvres spécialement pour cet outil de projection-diffusion (Van Assche, 2006, p. 29). Si le poste de télévision et le moniteur de la vidéo des premiers temps avaient un aspect sculptural, présent dans un espace donné, avec l'écran plat les œuvres nouveaux médias acquièrent d'une certaine manière le statut et la place de la peinture dans l'espace d'exposition, que Van Assche résume en « simulacres des peintures ».

Plus encore, avec l'évolution de la qualité de l'image par la technologie numérique, la vidéo est entrée en compétition avec le cinéma alors qu'elle avait longtemps gardé un aspect amateur quant à la qualité des images. Avec la technologie numérique les œuvres nouveaux médias partagent de plus en plus de points communs avec le cinéma. Les vidéos d'aujourd'hui sont susceptibles d'être diffusées en salle du cinéma, comme c'est par exemple le cas pour *The Cremaster Cycle* (1994-2002), une série de cinq œuvres vidéographiques de Matthew Barney.

Toutes les pièces du *Cremaster cycle* ont été tournées en vidéo, mais elles ont été transférées en film 35mm pour la projection en salle de cinéma. Ce parcours artistique de Barney est un bon exemple de l'exploitation des nouveaux médias par un artiste, et témoigne d'une évolution de la technologie numérique en matière de vidéo. Le *Cremaster 4* a été tourné en Betacam SP en 1994, les *Cremaster 1* et *5* en Betacam numérique en 1995 et 1997, le *Cremaster 2* en HDTV (High Definition Television) en 1999, et le *Cremaster 3* en 24P HDTV en 2002²¹. Ce dernier format enregistre la vidéo à raison de 24 images par seconde, c'est-à-dire la même vitesse que le film de cinéma.

Même si à un moment elles ont été « gonflées » au format 35mm pour la projection dans la salle de cinéma, désormais les œuvres vidéographiques peuvent être projetées sans cette procédure de gonflage et passage de la vidéo sur la pellicule cinématographique. Aujourd'hui on parle même du métier du projectionniste comme étant en voie de disparition. Ainsi la technologie numérique a considérablement modifié non seulement la pratique de la vidéo mais aussi celle du cinéma. Par exemple des cinéastes, tel David Lynch, utilisent désormais volontairement un petit appareil vidéo numérique pour obtenir un résultat différent de celui qui est obtenu avec le matériel lourd et les équipes du cinéma traditionnel. Enfin, l'un et l'autre tendant à se rapprocher par l'usage du numérique, la frontière s'estompe entre cinéma et vidéo.

Ainsi en passant au numérique, l'image vidéo sort de son environnement qui était plutôt intime, va vers les espaces plus ouverts et publics, comme Internet par exemple. Depuis que le WWW (World Wide Web) a fait ses premiers pas en 1990, Internet est devenu à la fois un outil de création, de diffusion et de communication de leurs travaux pour les artistes. Les uns en usent pour diffuser des informations sur leurs œuvres et activités d'exposition, d'autres pour une pure création. Internet est devenu un véritable « espace public » pour les artistes et par contre-coup, cela modifie et redéfinit l'espace et le rôle des institutions traditionnelles de l'art, comme Tribe l'a analysé :

[...] Pour de nombreux artistes des nouveaux médias, Internet est non seulement un médium, mais également une arène dans laquelle ils interviennent artistiquement – un espace public accessible, semblable à un trottoir ou un square urbains, où les

²¹ <http://cremasterfanatic.com/FAQs.html>

gens s'entretiennent, font des affaires ou se promènent tout simplement. Ce qui assure notamment l'attrait de cet espace pour les artistes, c'est le fait qu'il se situe en dehors de la matrice musée/galerie et leur fournit en l'occurrence un accès à un public large, de non-initiés qui plus est. (p.18)

Enfin la technologie numérique a contribué non seulement au renouvellement des médias existants avec le phénomène de la convergence médiatique, mais aussi a créé sa propre esthétique, une nouvelle esthétique. Par exemple de nombreuses formes de travaux artistiques, mais également les *Blogs* ou les jeux interactifs, sont générés par l'usage d'Internet. La participation du public à certaines œuvres *in process* du Net art et l'interactivité des œuvres lui assignent une place plus importante qu'auparavant dans ce nouveau territoire de l'art. Bien évidemment, la définition, le vrai sens et le niveau de l'interactivité ont donné lieu à de nombreux débats, qui ne sont pas encore clos.

Depuis l'invention de la photographie, en traversant les époques du cinéma et de la vidéo, la notion de reproductibilité a été largement interrogée en tant qu'élément de distinction entre des œuvres dupliquées et numériques et les œuvres d'art traditionnelles fondées sur le principe d'unicité. Selon Benjamin, la reproductibilité de la photographie et du cinéma pose des questions sur l'identité de l'œuvre d'art, y compris celle de son auteur, et sur l'unicité de l'œuvre d'art dont l'« aura » se perdrait avec la reproduction (Benjamin, 1939 ; 2000, p. 276). Pourtant la signification de la reproduction doit être encore réfléchie à l'ère du numérique, car avec l'art numérique, il n'y a pas nécessairement d'objet ou de réalité du monde visible et tridimensionnel à reproduire comme, par exemple, la représentation de la nature avec un tableau de paysage. Comme le souligne Rush, « grâce à cette nouvelle technologie, les artistes d'aujourd'hui peuvent inventer non seulement de nouvelles formes de « reproduction » mais aussi de « production » » (Rush, 2005, p. 181). Il a explicité son propos avec une citation de Virilio ; « nous entrerons dans un monde où il y aura non pas une réalité, mais deux : la réelle et la virtuelle. Il n'y a pas simulation, mais substitution. » (Rush, 2005, p. 181).

Certains sujets déjà traités dans l'art vidéo semblent continuer d'intéresser des artistes de l'ère du numérique, comme la recherche sur l'identité, la recherche sur le corps (réalité virtuelle, environnement immersifs), la question de la surveillance et le regard critique sur la nature réelle des institutions, par exemple. Ils peuvent contester certaines

valeurs que l'art a gardées : ainsi des initiatives et démarches individuelles persistent dans l'art numérique. Cependant, certains artistes utilisent et livrent volontairement les codes de leurs œuvres numériques en tant que sources « ouvertes » à tous (Open sources), comme dans la *Life sharing* (2000-2003) de 0100101110101101.ORG, dont la dénomination réunit deux artistes européens Eva et Franco Mattes. La critique sur la société capitaliste continue, par exemple sous forme de parodie de l'entreprise et parfois en *Hacktivisme*, activisme fondé sur le piratage [hacking] de données et de systèmes informatiques (Paul, 2004, p. 207). L'exploitation et l'appropriation du réseau dans l'art s'est particulièrement développée, ceci est devenu possible et facile notamment grâce à Internet (Tribe, Jana et Grosenick, 2009, p. 6-25 ; Shanken, 2009).

Or, il faut être prudent quand on retrace l'histoire de l'art numérique, car ce n'est pas un mouvement artistique totalement inédit des années 1990. En effet l'art basé sur l'ordinateur existait déjà avant cette période florissante du numérique, même s'il était très marginal dans le domaine de l'art. Même si l'histoire générale de l'art ne les mentionne pas systématiquement en tant que phénomène important, les premières expositions d'art de l'ordinateur remontent à 1965 ; « Generative Computergrafik » à la Studiengalerie à Stuttgart, « Computer Generated Pictures » à la galerie Howard Wise Gallery à New York et « Computergrafik » at the Galerie Wendelin Niedlich à Stuttgart²². La réception par le public et par les spécialistes de l'art fut souvent très hostile : les critiques newyorkais qualifiaient cet art de « froid et sans âme [cold and soulness] », en le comparant aux cartes d'IBM (Shanken, 2009, p. 25-26).

Vivant et travaillant en France, l'artiste hongroise Vera Molnar est sans doute une de ces artistes pionnière de l'art à l'ordinateur. Cofondatrice du GRAV (Groupe de recherche d'arts visuels) en 1960, elle a commencé à utiliser l'ordinateur pour sa propre création dès 1968. En fait même avant d'avoir eu accès à des ordinateurs, Molnar a créé une « machine imaginaire » qui permet des actions programmées d'une manière semblable à celles de la machine, ceci afin de générer l'aléatoire et la combinatoire dans son art (Shanken, 2009, p. 26). Elle a envisagé les ordinateurs comme un moyen de « produire des combinaisons de formes jamais vues auparavant, soit dans la nature soit dans les musées, pour créer des images inimaginables ». Marquée par l'esthétique fonctionnaliste du

²² <http://www.dam.org/history/index.htm>

Bauhaus et par la rigueur du constructivisme, elle a été intéressée surtout par la possibilité de création introduisant la notion de hasard : « Grâce à l'ordinateur, il est possible de bousculer et malmener cette fidélité à l'image mentale préexistante, d'irriguer l'imaginaire par la mise en œuvre systématique du hasard (Molnar, 1997, p. 50) ». Avec un vocabulaire formel abstrait et géométrique, proche du minimalisme, dans les œuvres de Vera Molnar, les formes s'organisent en séries et jouent ainsi sur l'infinité des variations que permet l'interférence de plusieurs paramètres simples.

On peut se demander pourquoi ces œuvres pionnières ne figurent pas dans l'histoire générale de l'art d'une manière explicite. Peut-être est-ce parce que cela ne fait pas longtemps que s'est développée une recherche sur l'histoire des œuvres nouveaux médias, depuis l'art vidéo jusqu'à celui du numérique. Nous reviendrons plus tard sur cette absence de recherche historique intégrée aux courants principaux de l'art.

A travers ce survol historique, nous voyons apparaître la source de la complexité de la définition ou de la délimitation de ces œuvres. Dans les créations des artistes, que nous qualifions d' « œuvres d'art », les médias sont non seulement un matériau et un outil de la création, mais également un sujet d'analyse critique, notamment du côté manipulateur de médias de masse. Ces médias sont donc mis en œuvre par les artistes, à la fois pour les critiquer et en interroger la nature. Le phénomène de convergence médiatique que nous avons examiné dans le premier chapitre a été également un élément qui a rendu le travail de définition de ces œuvres problématique. La technologie numérique qui a permis de changer le rapport unidirectionnel que les médias ont entretenu avec le public a également eu une influence sur les créations des artistes, en leur offrant la possibilité de mettre en œuvre un nouveau moyen artistique, notamment avec l'interactivité. Mais ainsi la frontière de chaque média devient floue et se présente comme un obstacle à la reconnaissance institutionnelle effective de ces objets qui sont à la fois des médias et des œuvres d'art.

2. Caractéristiques des œuvres nouveaux médias

La dernière section nous conduit à comprendre comment ce que nous intitule les « œuvres nouveaux médias » s'est développé dans l'histoire, en parallèle à l'évolution des médias. Bien que ce survol historique ait dégagé certaines caractéristiques de ces œuvres, dans cette section, nous essayons de dégager les spécificités de cet art selon trois approches – le temps, le récit et l'espace – qui peuvent contribuer à le définir. Mais, prenant en compte la double identité des œuvres nouveaux médias, c'est-à-dire en tant que médias et en tant qu'œuvres d'art, ces trois approches seront considérées selon leurs caractéristiques par rapport aux médias de l'usage quotidien et par rapport à d'autres types d'œuvres d'art. En effet les œuvres nouveaux médias se situent à la fois dans les mêmes interfaces que les médias quotidiens comme la télévision ou Internet, en même temps qu'elles se trouvent dans les interfaces des créations artistiques autres. Ainsi cette double appartenance au quotidien non artistique et à l'art ne rend pas aisé le travail de description et de définition des caractéristiques propres à ces œuvres.

2.1. Le temps : un nouveau matériau artistique

2.1.1. Malléabilité du temps comme nouveau médium et matière première.

Quand on parle des œuvres nouveaux médias, il s'agit d'images en mouvement qui se développent dans la durée. Ces caractéristiques sont celles qui distinguent le mieux ces œuvres par rapport aux autres types d'œuvres d'art. On notera que dans les pays anglo-saxons, les expressions « Time-based art » et « moving images » sont largement employées, alors qu'il y a d'autres expressions également utilisées comme le « digital art [art numérique] », le « media art [art médiatique] ». Le temps est un concept qui est la base d'inscription des images en mouvement, autrement dit un concept fondamental et neutre, alors que lorsqu'on parle du mouvement, il s'agit du déroulement du contenu, c'est-à-dire un défilement des images et du son, souvent accompagné d'un récit qui concerne plutôt les œuvres elles-mêmes. Cependant, le temps n'est pas un élément facilement abordable dans le cas de ces œuvres d'art, car il y a plusieurs significations,

niveaux et aspects du temps. Il ne s'agit pas de dissocier ces aspects, car tout simplement ce n'est presque pas possible, mais il faut en être bien conscient et prudent lors de leur analyse.

Dans une œuvre d'art, le temps peut être traité comme un thème, par exemple quand il est entendu comme une époque ou un moment donné. L'intérêt pour le mouvement et la durée a certes toujours été présent dans l'histoire de l'art, même dans la peinture, la sculpture ou la photographie. Tandis que l'art traditionnel reste statique lorsqu'il tente de représenter le mouvement et la durée, il le visualise en tant que moment ponctuel ou succession de moments, autrement dit en tant qu'image(s) figé(es) qui représente(nt) un laps de temps donné. Les photos d'Eadweard Muybridge, *Boys playing Leapfrog* (1883–86, tirée en 1887) et les peintures comme *Nu descendant un escalier* (1912) de Duchamp ou *Dynamisme d'un chien en laisse* (1912) de Giacomo Balla en sont des exemples (Fig. I-2, I-3, I-4).



Fig. I-3 : Marcel Duchamp

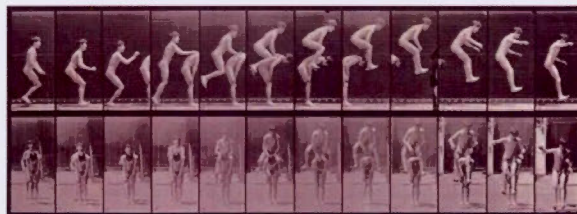


Fig. I-2 : Eadweard Muybridge



Fig. I-4 : Giacomo Balla

Bien que cette procédure de saisie du temps se fasse plus aisément et rapidement avec la photographie, la tentative de figuration du temps ne se concrétise guère en tant que telle. Car, le résultat est toujours une image fixe, c'est-à-dire que le temps est figé par l'œil de l'artiste à travers l'appareil photographique. Ce qui distingue le plus le temps des nouveaux médias par rapport au temps des autres types d'œuvres d'art traditionnel, dont la photographie, c'est que le temps est devenu un élément fondateur de l'œuvre, une modalité d'existence de celle-ci. Or, c'est le fait qu'à partir du développement du cinéma. Il s'agit ici bien évidemment de la définition du temps en tant que « durée », c'est-à-dire le temps comme un « espace de temps qui s'écoule par rapport à un phénomène, entre deux limites observées (début et fin). »²³.

Rush a bien expliqué ce changement de statut du temps dans l'art à partir du XIX^{ème} siècle :

L'histoire de l'art technologique de la fin du XX^{ème} siècle est inextricablement liée aux évolutions intervenues dans la photographie au cours de ce siècle. Le temps et la mémoire, tant du point de vue personnel qu'historique, constituent la substance de la photographie, et avec l'image fixe ou animée, artistes et amateurs ont découvert une nouvelle modalité de visualisation du temps. Si la représentation implique à l'évidence l'espace (l'espace occupé par l'objet représenté et l'espace même de la peinture ou de la sculpture ; l'emplacement de l'image, etc.), le statut du temps est moins clair, et c'est là que la révolution forgée par la photographie et sa parente désormais plus considérable, la photographie animée, c'est-à-dire la cinématographie, prend toute son importance. Cette technique a permis à l'homme d'intervenir dans la manipulation du temps : de le saisir, de le reconfigurer et de créer des variations temporelles, au moyen de l'arrêt sur image, de l'avance rapide, du ralenti, et de toutes ces autres phrases apparentées au temps. (Rush, 2005, p. 12)

Donc le temps est un élément beaucoup moins évident à impliquer dans une œuvre d'art, par rapport à l'espace qui est représenté comme étant occupé par l'objet, celui représenté comme une illusion dans un tableau, ou celui que l'ensemble de l'œuvre occupe dans un espace d'exposition. A ce sujet, la déclaration d'Anne-Marie Duguet en matière de changement du statut du temps dans l'art à partir de la seconde moitié du siècle est judicieuse : « le temps est apparu non seulement comme un thème récurrent mais aussi

²³ Robert, Paul Rey-Debove Josette. 2012. *Le Petit Robert 2013 : dictionnaire alphabétique et analogique de la langue française* Trad. de: French. Paris: Le Robert p.794.

comme un paramètre constitutif de la nature même d'une œuvre d'art » (Duguet cité par Rush, 2005, p. 12).

Ainsi le temps devient un véritable matériau, une matière première de l'art avec la vidéo, et il peut être malaxé comme, par exemple, une pâte à modeler. C'est dans les œuvres nouveaux médias, à partir du développement de la vidéo, et non dans les arts traditionnels, que le temps peut être ainsi manipulé, ralenti, accéléré, découpé, raccourci, effacé, en tant que matériau et que les frontières entre passé, présent et futur peuvent disparaître (Rush, 2005, p. 12). Françoise Parfait précise la nature de ce nouveau matériel d'art :

La vidéo, c'est du temps, dans sa structure même, avant de l'être dans ce qu'elle représente. Parce que chaque point dont l'image est constituée est déterminé par une infime fraction de seconde durant laquelle le pinceau à l'électron l'« allume », avant de passer à suivant. L'ensemble de ces fractions de temps donne une trame, puis une autre. (Parfait, 2001, p. 92)

Bill Viola utilise la vidéo comme un moyen d'explorer le temps, la mémoire et l'esprit humain. « Pour cet artiste fasciné par les thèmes fondamentaux des spiritualités orientales et occidentales (la solitude mystique, l'union avec la nature dans le dépassement du moi, le cycle de la vie), la technologie de la vidéo est un moyen adapté à une fin et non une fin en soi » (Rush, 2003, p. 134). Lors de son entretien avec Raymond Bellour, il explique le travail de manipulation du temps à plusieurs niveaux avec et par les effets vidéo, en comparant ce travail à celui de la « sculpture » : « L'image est fragmentée en trois niveaux de temps distincts (temps réel, temps suspendu, laps de temps) et reconstruite de telle sorte qu'elle ressemble à l'image d'un espace unique [...]. C'est vraiment comme si on sculptait du temps. » (Viola interrogé par Bellour, 1986).

Or, le temps en tant que matériau de l'art implique une dimension éphémère à l'œuvre. Le temps est par nature quelque chose dont il n'est pas possible de se saisir matériellement, donc ici avec les œuvres nouveaux médias il s'agit d'une entité physiquement insaisissable, qui est souvent dite « immatérielle » malgré la contestation de cet adjectif. Bien que ces œuvres existent en tant que dispositifs techniques et mécaniques, parfois numériques, ce qui est présenté en tant qu'œuvre, souvent sous forme d'image et de son, est naturellement intangible et impalpable. Tel est le cas, au moins en partie, pour

toutes les œuvres nouveaux médias, même quand il s'agit d'une installation qui sollicite plusieurs types de matériels et de matériaux.

En fait, du côté des spectateurs, l'expérience temporelle est le plus souvent limitée : on vit un moment de l'œuvre, soit en totalité soit en partie, et c'est terminé. Ce moment de la rencontre avec une œuvre par nature immatérielle et inscrite dans la durée filmique, même s'il s'inscrit dans la mémoire des spectateurs, reste éphémère et ne peut persister que sous forme d'un support médiatique comme par exemple un CD ou DVD. Ce statut des œuvres nouveaux médias en tant qu'objets inscrits sur des supports divers et en plusieurs exemplaires (ou davantage encore), sera développé dans le prochain chapitre.

2.1.2. La vidéo, une pratique cinématographique allégée.

Mais la manipulation du temps, on le sait, avait préalablement été possible avec le cinéma. Alors, qu'est-ce qui fut si révolutionnaire et nouveau en matière de travail avec le temps par la vidéo, par rapport au cinéma ? Bien qu'il y ait plusieurs différences entre ces deux médias, cela se situe prioritairement dans la spontanéité de la pratique de la vidéo qui permet de traiter le temps d'une manière plus intime, directe et réelle :

[...] Au début c'était le temps réel qui les fascinait : sans traitement ni montage, la vidéo pouvait saisir le temps tel qu'on le vivait, ici et maintenant, à l'intérieur comme à l'extérieur. Les artistes d'aujourd'hui privilégient la manipulation du temps, brouillant les frontières entre passé, présent et futur. (Rush, 2003, p. 10).

En effet, avec le cinéma, lourd et extrêmement onéreux dans sa mise en œuvre, on le sait, la durée de chaque film était prévue avant le tournage, souvent pour d'évidentes raisons économiques, alors qu'avec cette nouvelle technologie ultra légère de la vidéo il est devenu aisément possible de réutiliser plusieurs fois la même bande magnétique. En tant que moyen de filmer allégé, la vidéo permet une approche et une gestion de l'œuvre imaginée par l'artiste, beaucoup plus diversifiée en même temps que simplifiée. Généralement le découpage et le montage d'une vidéo étaient beaucoup moins importants et presque inutiles. (Belloir, 1981, p. 16-17). Belloir trouve que l'intégration de « moments de vide » comme un élément qui représente mieux la vie quotidienne dans les œuvres :

[...] Le magnétoscope enregistre la durée vécue, il pourra la restituer *sans la moindre ellipse* et préserver *cette alternance* de faits significatifs et de moments de vide qui caractérise la vie quotidienne. Il en va tout autrement dès que nous nous trouvons devant un écran de cinéma ou de télévision, où les séquences (les segments de temps) se succèdent selon un rythme soigneusement calculé, dans l'espoir de soutenir l'intérêt du spectateur. (Belloir, 1981, p. 16-17)

Effectivement, quand on regarde les pratiques des artistes de la vidéo des débuts, on peut se rendre compte que leurs œuvres sont souvent de longue durée, au moins une demi-heure et jusqu'à une heure. Ceci est dû en fait à la longueur de la cassette standard de l'époque. Certains artistes ont voulu ainsi et logiquement profiter de cette capacité de durée et cela a généré un certain nombre de problèmes au niveau de la réception des œuvres par le public (Ross, 2006, p. 83). En même temps, on comprend que cette durée standard de la cassette s'est imposée par nature ou par défaut, comme peuvent le faire les technologies.

Ainsi la temporalité de la forme artistique réside au cœur même des œuvres nouveaux médias. Emergeant bien après l'apparition du cinéma, les artistes de la vidéo étaient certes conscients de ces questions relatives au temps. Bien que plusieurs catégorisations soient possibles, nous pouvons ici, dans le cadre de cette recherche, parler de deux principaux niveaux du temps dans les œuvres nouveaux médias, celui qui appartient à la création et celui qui relève de la réception. Ils sont bien distincts mais cependant pas si aisément faciles à analyser séparément.

Parmi les trois niveaux d'expérience du temps dans une œuvre cinématographique, selon l'analyse de Malcom Le Grice; « temps de narration », « temps de production », « temps de projection » (Ree, 2011, p. 22), le temps de la réception rejoint celui de la projection, c'est-à-dire le moment de la rencontre avec le public. Or, en tant que créateur comme en tant que public, notre manière de percevoir le temps joue un rôle important dans la création vidéo.

Pour qualifier notre perception du temps, il y a très longtemps, Saint Augustin a proposé trois types de présent en tant que concept élargi : le présent du passé comme un souvenir, le présent du présent comme une attention perceptive, et le présent du futur comme une attente (Saint Augustin, 1969). Ainsi, nous percevons ces trois niveaux de

temps en tant que formes du présent. Dans le cinéma classique, le temps est presque toujours présenté d'une manière condensée pour raconter une histoire limitée à une certaine durée, celle du film, car d'une part le passé garde la forme du souvenir qui ne représente pas le vrai temps écoulé et d'autre part le futur reste avec la forme d'une anticipation plutôt indéfinissable, donc le plus souvent représentée brièvement :

[...] On retrouve la même opposition dans la perception du temps entre le temps physique et le temps psychologique ou, comme l'exprime Bergson, entre le temps de l'invention (la durée créatrice) et le temps (à la limite instantané) de la reproduction. L'ambiguïté vient du fait que le temps « compressé » se rapporte essentiellement à la mémoire. (Belloir, 1981, p. 17)

C'est pour cela que le temps des œuvres d'art vidéo du début est souvent reçu comme ennuyeux ; ainsi le temps est devenu un véritable matériau de l'art, plutôt que de servir d'outil véhiculant des messages.

Ce que dit Godard du cinéma (« la vérité 24 fois par seconde ») en vidéo ça ne tient pas. Parce qu'en vidéo il n'y a pas d'espace (un cadre délimité) il n'y a que du temps (des lignes sans épaisseur). Pour faire de la couleur en vidéo il faut traduire la couleur en temps. Les couleurs en vidéo sont des millionièmes de seconde. [...] La vidéo c'est essentiellement du temps. Et c'est ce qui explique que les œuvres des premiers artistes qui ont fait de la vidéo étaient si ennuyeuses : venant de l'art visuel, des arts plastiques, de l'art conceptuel surtout, ils n'avaient aucune expérience du temps. La vidéo fera des progrès si des gens qui viennent du cinéma, de la danse, du théâtre, de la musique s'y mettent. (Paik, 1981, p. 7)

Non seulement à l'époque des débuts, la vidéo générait des œuvres longues, mais comportant des actions répétitives centrées sur elles-mêmes, ainsi en est-il avec les vidéos de Bruce Nauman, *Stamping in the studio* (1968) ou *Slow Angle Walk (Beckett Walk)* (1968). Barbara London, conservateur du département vidéo au MoMA à New York a remarqué ceci :

[...] La vidéo, davantage que tout autre médium, a été critiquée pour être fastidieuse et auto complaisante. Au début des années 1970 c'était une critique valable, parce que la longueur de temps chez de nombreux artistes. [...] les travaux

ont été déterminés par la longueur de la bande vidéo normalisée - 30 à 60 minutes – ce qui, dans certains cas, est beaucoup trop long.²⁴ (Ross, 2006, p. 83)

Il est évident que pour saisir et prendre connaissance de ces œuvres, le public doit bien souvent leur consacrer davantage de temps et un autre type d'attention que pour appréhender une œuvre immobile comme un tableau. Cette nécessité de consacrer un certain laps de temps, un laps de temps déterminé par la durée propre de l'œuvre, aux œuvres nouveaux médias entraîne que peu de publics les regardent dans leur intégralité, ce qui pose de sérieuses questions sur la temporalité : faut-il les regarder jusqu'au bout comme on le fait pour un film lorsqu'on va au cinéma ? Est-ce que c'est vraiment la durée de ces œuvres qui les rendrait difficiles d'accès pour le public ? Est-il essentiel de regarder ces œuvres dans leur intégralité pour en faire l'expérience et les interpréter ?

2.1.3. L'œuvre à la croisée de plusieurs temporalités

Le contexte de présentation de ces œuvres modifie également le rapport du public à la réception du temps. Le temps du média quotidien, comme la télévision par exemple, se joue dans l'immédiateté, alors qu'une œuvre nouveau média se présente en tant qu'œuvre dans un espace donné, souvent décalé, mis à part, à l'écart de l'espace de la vie quotidienne, espace du musée, par exemple. Avec la technologie du *Streaming*, même l'émission de télévision peut être regardée presque en temps réel sur Internet.

Quand ces œuvres sont présentées dans un musée, cela se joue comme en temps psychologique décalé, malgré cette immédiateté qui était peut-être celle propre à l'enregistrement et à la réalisation. Le temps des médias quotidiens notamment de la télévision est reçu ordinairement dans des conditions de détente et de confort, car le contexte est globalement celui du divertissement, même s'il y a des programmes plus culturels et savants. L'expression « tuer le temps » représente cet aspect léger, une posture inactive lors de la réception de la télévision. Du fait du dépaysement qu'elles peuvent

²⁴ "Video, more than any other medium, has been criticized for being tedious and self-indulgent. In the early '70s this was a valid criticism, because the length of many artists' [...] works were dictated by standard videotape length – 30 to 60 minutes – which in some cases much too long"

impliquer, les œuvres nouveaux médias demandent certes davantage d'attention et d'effort, en tous cas un autre type d'attention pour s'en approcher. Nous y reviendrons plus tard concernant le contexte de présentation dans les institutions muséales (3^e partie de la thèse) et le temps de la réception (4^e partie de la thèse).

Aujourd'hui l'art numérique interactif offre un autre et nouveau type de rapport entre ces deux niveaux de temporalité : le temps de la création et celui de la réception ne se distinguent plus, ils se croisent et cohabitent. Avec la participation des spectateurs sur la base contractuelle établie par l'artiste, le temps de la réception devient également celui de la création.

Parallèlement à la temporalité intrinsèque à la musique et au cinéma, de nombreux artistes ont abondé dans la direction d'un art en mouvement de telle façon que l'œuvre ne peut être perçue que comme une expérience dans et de la durée. En effet, les traditions de la musique expérimentale et du cinéma, ainsi que l'utilisation du son et des images en mouvement, s'intègrent de plus en plus dans les pratiques en art contemporain, en particulier celles impliquant les médias électroniques (Shanken, 2009, p. 16).

2.2. Le récit : une nouvelle narration par les images en mouvement

Bien souvent les artistes essaient de mettre en scène une histoire ou tentent de communiquer un message éventuellement critique à travers leur œuvre, qu'elle soit par exemple picturale avec une image immobile, ou par la vidéo avec des images en mouvement. Comme on vient de l'évoquer dans le volet concernant le temps, les artistes des nouveaux médias cherchent à produire une expérience qui prend vie et forme dans une certaine durée. Rush souligne que certains artistes utilisent la vidéo comme un véritable outil d'écriture artistique : « Attirés par son immédiateté, les artistes se sont servis de la caméra comme les écrivains du stylo (ou du crayon, selon l'expression de John Baldessari), avec des résultats visibles instantanément. » (Rush, 2003, p. 125).

Mais il faut bien noter qu'avec les nouveaux médias les artistes ont développé une nouvelle forme de narration : « Du récit linéaire et non-linéaire aux rêveries futuristes, les histoires contées par la vidéo ont renouvelé l'art de raconter une histoire. » (Rush, 2003, p.125). Avec le développement de l'industrie cinématographique à Hollywood, une certaine idée de la narration classique du cinéma s'était installée en tant que modèle standard, c'est-à-dire une narration linéaire et diachronique. Le cinéma et la télévision proposent le plus souvent un déroulement logique dans le temps et qui constitue une histoire, même s'il y a des scènes du passé qui font resurgir les souvenirs des personnages du film, comme des flashbacks, même s'il y a des scènes où les personnages rêvent.

Mais les œuvres nouveaux médias n'adoptent pas toujours nécessairement le langage standard des médias. Le temps est très souvent utilisé de façon non linéaire comme c'est davantage le cas dans le cinéma classique. On peut ainsi par exemple, dans une installation à quatre écrans de vidéo projection comme *Where do we go from here ?* (1996) d'Ugo Rondinone voir un clown qui dort des heures sans bouger. Bien évidemment cela dépend des œuvres mais certaines œuvres n'ont pas toujours de début ni de fin. Et souvent elles sont mises en boucle. Autrement dit même si le public regarde cette œuvre dans son intégralité il est peu probable qu'il puisse en saisir le sens à partir d'une quelconque construction filmique narrative à laquelle il serait habitué. Ici, et fréquemment avec les œuvres nouveaux médias, la durée doit être comprise comme un déroulement d'images dans le temps – une expérience vécue du temps – davantage que comme narration construite selon l'une ou l'autre des logiques propres au cinéma.

Alors est-ce qu'il n'y a pas ou plus d'histoire dans les œuvres nouveaux médias ? Evidemment cela dépend de la définition de l'« histoire » et du « récit ». Quand on lit cette définition dans un dictionnaire ; « la narration d'événements réels ou imaginaires, de vive voix ou par écrit. » (Rey, 1998, p. 3113), le déroulement linéaire ou logique dans le temps n'est pas précisé en tant que condition de la narration.

Ainsi les œuvres vidéographiques des premiers temps étaient souvent assimilées à l'absence de commencement et de fin identifiables et propres à la narration. L'œuvre de Bruce Nauman, *Stamping in the studio* (1968), citée dans le volet précédent, montre un exemple de cette absence. Dans cette vidéo dépouillée, sans mise en scène spécifique, pendant 60 minutes, l'artiste se filme marchant de long en large sur le plafond (mais la

scène est enregistrée inversée, le bas en haut, et l'artiste, en réalité, marche sur le sol). Rien d'autre pendant ce laps de temps. Si on définit le récit comme un déroulement avec un début et une fin, dans cette vidéo il n'y a évidemment pas de récit. Mais pour Nauman il s'agissait d'expérimenter une concentration sur le mouvement corporel et une réflexion sur l'identité de l'artiste. Ainsi la durée n'est pas un élément à comprendre systématiquement comme liée à la conception traditionnelle de la narrativité. Avec la vidéo, quelle que soit cette durée, il s'agit du choix de l'artiste, et par exemple, ce peut être juste la durée comme étant l'expérience qu'il fait partager au spectateur.

Cependant, compte tenu d'une certaine proximité des arts, et en deçà du cinéma et du temps standardisé par le cinéma hollywoodien, d'autres formes d'art jouent certainement en cette époque un rôle moins discernable, même si influent, quant à la question du temps de la vidéo ; ce sont par exemple le temps du roman, le temps littéraire et le temps de l'écriture théâtrale. Et puis le temps voit sa perception évoluer avec la conquête spatiale ; dès lors il n'est plus le même qu'auparavant, lorsque la représentation de la terre elle-même n'était pas encore ce qu'elle a pu devenir grâce aux satellites.

Comme la vidéo est un médium à usage personnel au niveau de sa taille et de sa maniabilité physiques, les sujets intimes comme le corps humain ont été presque naturellement traités d'une manière directe. Le contexte artistique des années 1960 et 1970 l'induisait, surtout avec l'évolution du théâtre et l'apparition de la performance où la question du corps du sujet, objet physique et symbolique, était fort présente. Cela s'est souvent développé sous la forme de recherches sur l'identité de soi et en soi. Au début de sa carrière artistique, Bill Viola s'est intéressé à l'objectif de la caméra mise en vis-à-vis avec sa pupille, en un jeu de miroirs. Dans *Tape 1* (1972), Viola a fait une recherche sur son identité à travers l'usage de la caméra vidéo ; regardant sa propre image dans le miroir, il voulait mettre en réflexion le regard sur soi, celui qui « me » regarde. (Rush, 2003, p. 129-137).

Quand il s'agit de l'identification de soi, l'approche faite avec les œuvres vidéo se distingue de celle du média quotidien comme la télévision. Les œuvres vidéo évoquent la recherche d'une vraie identité de soi, d'une mise à nu de l'être social, alors que l'identité que la télévision essaie de faire passer est déterminée par d'autres paramètres propres à l'industrie télévisuelle, soumise notamment à l'audimat et à la raison commerciale.

Cette recherche artistique sur l'identité s'étend aux œuvres, alors fortement émergentes, des féministes. Une recherche de soi en tant que femme : une autre manière de raconter une histoire et de s'affirmer. La vidéo a contribué à la participation des femmes à l'histoire de l'art qui avait jusqu'alors été dominée quasi exclusivement par les hommes. L'émergence de l'art vidéo coïncide avec le mouvement féministe et ceci s'est renforcé avec le mouvement de 1968. « [...] grâce à l'art vidéo, les femmes ont pu participer à une recherche qui n'avait besoin ni d'un musée ni même d'une galerie pour être validée. » (Rush, 2003, p. 147).

Dans cet art, les sujets géopolitiques, économiques, sociaux, anti-institutionnels sont récurrents et ils sont souvent traités de manière critique, voire contestataire. De la même manière que pour les interfaces des médias quotidiens, le côté communicationnel est renforcé dans ces œuvres, c'est-à-dire que l'histoire est énoncée d'une manière plus directe avec plus d'éléments ou d'informations que les tableaux ou les sculptures ne peuvent en intégrer: plus d'images, intégration du son, paroles d'artistes, etc. En effet dans les œuvres nouveaux médias, l'intérêt pour la langue parlée usuellement et pour la prise de parole du sujet filmé ou du narrateur, est présent, cependant que le rôle et la place du texte dans l'image prennent de l'importance. Nous pouvons ainsi constater cette présence de textes inclus dans le support vidéo, soit sous forme visuelle, soit sous forme sonore, soit les deux à la fois. Par exemple, une performance enregistrée sur vidéo, *Museum Highlights : A Gallery Talk* (1989) d'Andrea Fraser²⁵ constitue une visite guidée où l'artiste elle-même joue le rôle de guide d'un musée.

Dans les œuvres de Jenny Holzer et de Young-Hae Chang Heavy Industries²⁶, les textes visuels occupent une place essentielle, c'est une autre manière de raconter et de lire une histoire. Ici il ne s'agit pas de lettres en tant que seulement éléments plastiques. Donc dans certaines œuvres les textes occupent une place importante ou même tout l'espace de l'écran, à l'exclusion de quoi que ce soit d'autre; les lettres ont donc non seulement une valeur esthétique mais aussi celle « médiatique » dans le sens où elles font passer directement un message. Cette présence du texte, énigmatique, slogan, poétique, habitait déjà certains aspects de l'art conceptuel.

²⁵ Fig. IV-6, p. 313

²⁶ Fig. IV-4, IV-5, p. 312

Enfin quand on la compare avec la littérature, la narration propre aux œuvres nouveaux médias (lorsqu'il y a délibérément narration) ressemble en quelque sorte davantage à celle de la poésie qu'à celle qu'on peut trouver dans le roman, même si l'on ne peut réduire le roman à un seul type. Ainsi peut-on penser, dans le cadre du Nouveau roman, à l'œuvre d'Alain Robbe-Grillet, par exemple.

Donc les œuvres nouveaux médias utilisent un langage narratif bien différent de celui des médias quotidiens. Mais elles n'hésitent pas à leur emprunter et à s'approprier certains de leurs procédés. Le récit des œuvres nouveaux médias peut être basé sur celui utilisé dans les médias quotidiens, mais il en diffère, alors que souvent il y a des références repérables à ces médias. Ainsi Stan Douglas a utilisé dans *Television Spots* (1987-1988), des fragments des images des médias quotidiens comme des allusions narratives qui font croire ou attendre la suite d'un événement logique, œuvre de Stan Douglas qui finit cependant hors de toute logique narrative traditionnelle (Ross D., 1999).

Ces œuvres reposent sur un questionnement du récit transmis par les médias. Dans *24 hours psycho* (1993), Douglas Gordon a ralenti *Psychose* (1960), le fameux film long-métrage d'Alfred Hitchcock, en modifiant la vitesse du lecteur, afin que la projection dure vingt-quatre heures. Ainsi, d'un côté, il met à nu les procédés d'Hitchcock en supprimant la tension propre aux scènes d'horreur et, de l'autre, il accroît d'une certaine façon cette tension précisément parce que le film est célèbre. Gordon joue alors avec la connaissance du film, les attentes et les frayeurs du spectateur. (Rush, 2003, p. 131 ; Fraser, 2007)

Dans les œuvres nouveaux médias, ce questionnement sur le récit prend fréquemment une dimension critique. La vidéo *Technology / Transformation : Wonder Woman* (1978-1979) de Dara Birnbaum montre l'image de *Wonder Woman*, celle d'une femme sexy en vêtements moulants, longtemps diffusée à la télévision donc gravée dans l'esprit du public. L'artiste n'utilise pourtant que des images de la bande originale, elle a juste mis en répétition quelques scènes de transformation de *Wonder Woman* et utilisé un fragment de la bande sonore qui lui aussi est répété. Cette simple touche de l'artiste transforme notre vision de *Wonder Woman* et on prend alors conscience de ce que celle-ci véhicule comme image de la femme telle qu'elle est imposée par les médias.

La manière même de raconter une histoire dans les médias devient sujet et objet de création. *The Third Memory* (2000) de Pierre Huyghe (Fig. I-5) est une installation sous la

forme d'une exposition d'éléments documentaires et fictionnels, permettant de mesurer les différents écarts qui se sont creusés entre la réalité d'un fait divers, vécue par son auteur, et le spectacle cinématographique qui a été créé par le monde hollywoodien. Une attaque de banque assortie d'une prise d'otages de quatorze heures à Brooklyn, puis un article publié par *Life Magazine* ont inspiré un scénario de film qui débouchera sur la réalisation de *Dog Day Afternoon* (1975), dont Al Pacino interprète le rôle principal. Vingt-sept ans après ces faits, au moment de sa sortie de prison, Pierre Huyghe demande à John Wojtowicz, l'auteur du méfait, de reconstituer le braquage et de corriger ainsi la fiction de Lumet, dans laquelle il ne se reconnaît pas. Des nouvelles séquences du film sont tournées en studio, qui mettent en scène l'auteur de l'événement rejouant la situation, et la commentant selon le souvenir qu'il en a. Pierre Huyghe donne ainsi à John Wojtowicz l'occasion de produire la vérité de son histoire et de sa propre image qui lui ont été confisquées par l'imagination et la production du film de 1975. Cela lui permet de « prendre la parole pour devenir l'acteur de sa propre mémoire. »²⁷ (Rush, 2003: 170-172 ; Fraser, 2007)

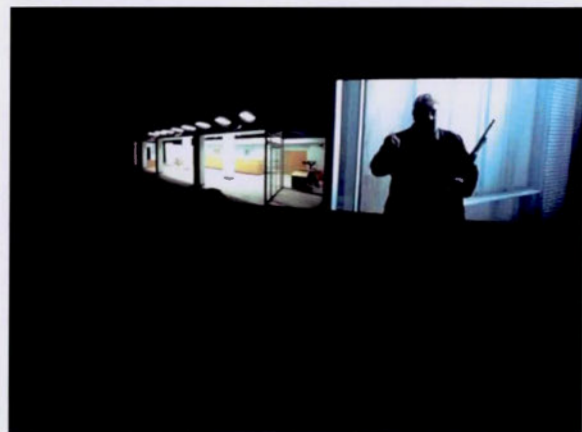


Fig. I-5 : Pierre Huyghe, *The Third Memory*

Ainsi, avec les œuvres nouveaux médias, il s'agit bien souvent d'un récit qui invite les spectateurs à une réflexion, qui n'adopte pas systématiquement le langage habituel des médias, et ne repose pas sur une histoire immédiatement compréhensible, sans effort, et qui serait avant tout distractive. A priori une œuvre nouveau média n'est pas un produit commercial contraint par cette dimension propre aux médias ordinaires (Rush, 2005, p. 87). Selon Vanoye, le récit filmique nécessite un certain effort de décodage : « La lecture

²⁷ Françoise Parfait, <http://www.newmedia-art.org/cgi-bin/show-oeu.asp?ID=150000000035957&lg=FRA>

d'un récit implique, de la part du lecteur, un travail de déchiffrement, de reconnaissance particulière. » (Vanoye, 1989, p. 9). Mais quand ce travail de déchiffrement échoue, certains spectateurs persistent à essayer de comprendre alors que d'autres abandonnent. Cela dépend de l'horizon d'attente de chaque spectateur.

En utilisant les nouveaux médias, certains artistes cèdent leur place d'auteur exclusif du récit. Dans les œuvres interactives qui demandent une participation des spectateurs, l'auteur du récit peut perdre cette exclusivité : désormais les spectateurs peuvent contribuer au travail de construction du récit avec l'auteur.

2.3. L'espace : un lieu d'implication des artistes et des spectateurs

Ainsi que nous l'avons évoqué dans le volet précédent, les œuvres nouveaux médias impliquent et mettent en œuvre de l'espace. Cet aspect fondamental des œuvres nouveaux médias ne concerne pas uniquement le cas des installations qui intègrent directement l'espace comme faisant une partie de l'œuvre, mais aussi des œuvres sous forme de bande vidéo ou de fichier numérique, où les procédures d'activation du vidéogramme et la conception même du programme transforme le rapport entre l'œuvre, l'espace et le public.

L'allusion à l'espace, la construction de l'espace figuré dans les peintures est un élément déjà important dès l'élaboration de la perspective albertienne à la Renaissance. La lumière est également un élément fondateur de cette organisation de l'espace pictural. Or les œuvres picturales eurent toujours besoin d'une vraie source de lumière qui leur est extérieure. Donc même si elles en avaient besoin pour la mise en visibilité de l'œuvre en tant qu'objet, la lumière tenait une place secondaire et extérieure par rapport à l'œuvre. Autrement dit, tout ce qui était en dehors de l'œuvre elle-même, en tant que fait pictural, comme le cadre du tableau ou la lumière d'éclairage par exemple, était jugé « ornemental » ou secondaire. Car ce qui était considéré comme l'objet « original » était quelque chose ce qui persiste à travers le temps en gardant son exclusivité et son unicité.

Au contraire et de façon essentielle, les œuvres nouveaux médias sont libres de l'usage conventionnel de la lumière. Elles sont indépendantes de la lumière extérieure puisqu'elles sont elles-mêmes la lumière et sources de lumière. Elles se passent de la

lumière extérieure nécessaire à l'art traditionnel grâce aux médias électroniques et à la lumière « écranique ». En effet avec les images de la vidéo, il s'agit d'un fluide d'électrons qui forme une source lumineuse en circulant dans le courant et la mécanique vidéographique. Donc la question de l'éclairage du lieu de projection devient importante pour ces œuvres écraniques : ceci sera traité lors de notre analyse sur l'aménagement spatial pour les œuvres nouveaux médias, dans la troisième partie. Pour mettre en valeur cette lumière écranique, il faut en général réduire la lumière du lieu de projection. C'est pour cela que ces œuvres sont souvent présentées dans le contexte d'un éclairage faible ou en l'absence d'éclairage. Même si la technologie qui permettra une augmentation des lumens dans les images écraniques, rendra les œuvres nouveaux médias visibles dans un quelconque éclairage ambiant, est en voie de développement, la « boîte noire » semble pour le moment rester le mode d'accueil privilégié.

Dans cette relation avec l'espace, ces œuvres engagent souvent plusieurs modalités d'appréhension sensorielle, notamment par le son et les images en mouvement. Avant tout, avec les œuvres nouveaux médias, il s'agit d'un art fondé sur le mouvement²⁸, le plus souvent accompagné du son qui est également une donnée spatiale importante, et qui se déroule dans une certaine durée. Il est fréquent que la création de ces œuvres nouveaux médias nécessite l'appel à des compétences techniques différentes et de niveau élevé et nous voyons ainsi apparaître fréquemment ces collaborations et participations techniciennes lors de la création des œuvres nouveaux médias. Naturellement le public perçoit ces œuvres compte tenu d'une pluri sensorialité qu'elles convoquent, au minimum la vue et l'ouïe, mais souvent bien davantage qu'il ne semble.

Dans ce sens, l'analyse que fit McLuhan des images produites et diffusées par la télévision est judicieuse. Sa théorie sur le média a conduit à considérer la télévision non seulement comme une technologie mais aussi comme une forme culturelle. McLuhan a expliqué métaphoriquement que les médias électroniques ont développé le système « nerveux central », alors que les technologies mécaniques étendent les capacités des parties spécifiques du « corps humain ». Il a évoqué une présence « para-matérielle » de la TV :

²⁸ Quand on parle du mouvement, il y a deux niveaux ; au niveau d'image et au niveau physique. Ici il s'agit plutôt de la première.

L'image de télévision n'est pas un plan fixe. Ce n'est pas une photo non plus, mais un contour faisant sans cesse surgir des choses dépeintes par le balayage du scanner. La forme plastique qui en résulte apparaît par la lumière et à travers celle-ci et l'image ainsi formée a la qualité de la sculpture et de l'icône, plutôt que de l'image. [...] L'image de télévision nécessite à chaque instant que nous restions «proches» des espaces pris dans ce maillage par une participation sensible convulsive qui est profondément cinétique et tactile, car la tactilité c'est l'interaction des sens, plutôt que le contact isolé de la peau et de l'objet.²⁹ (McLuhan, 1964, p. 272-273 ; Farmer, 2000, p. 18)

Ainsi en positionnant les images de la télévision par rapport au champ de la sculpture et celui de la peinture, McLuhan a tenté de comprendre ce qu'il nomme les « propriétés tactiles » du médium de la télévision. Cela nous rappelle l'analyse du cinéma de Benjamin qui a dit que la réception filmique est faite dans un état de distraction, alors que pour les œuvres d'art, il s'agit de réception en état concentration. Afin de préciser la nature de la réception des films, il a évoqué la notion de réception tactile, qui est le mode de réception d'une architecture. Ce que Benjamin a évoqué n'est donc pas non plus le « tactile » que l'on imagine normalement avec le toucher, mais plutôt quelque chose qui convoque simultanément plusieurs sens, comme l'a évoqué McLuhan.

Donc avec l'engagement des artistes dans l'espace, l'expérience spatiale de l'artiste s'est développée d'une manière plus concrète et il en a découlé que l'expérience spatiale du spectateur a gagné en importance. Place du spectateur, identité du spectateur. A travers les caractéristiques examinées, nous pouvons remarquer que l'expérience spatio-temporelle du spectateur est particulièrement importante dans une situation de présentation des œuvres nouveaux médias.

Dorénavant projetées, les images se présentent souvent en une dimension monumentale. Avec les installations, l'œuvre n'est pas seulement constituée des images et des sons, mais intègre l'organisation entière de l'espace, en un ou en plusieurs lieux. Ainsi,

²⁹ "The TV image is not a *still* shot. It is not a photo in any sense, but a ceaselessly forming contour of things limned by the scanning-finger. The resulting plastic contour appears by light through, not light on, and the image so formed has the quality of sculpture and icon, rather than of picture. [...] The TV image requires each instant that we 'close' the spaces in the mesh of by a convulsive sensuous participation that is profoundly kinetic and tactile, because tactility is the interplay of the senses, rather than the isolated contact of skin and object."

le noir autour des projections fait aussi partie intégrante de l'œuvre et participe à la perception qu'a le spectateur de l'œuvre dans sa globalité. De ce fait la condition spatiale créée par l'œuvre devient primordiale.

L'installation *Five Angels for the Millennium* (2001)³⁰ de Bill Viola est un exemple qui intègre l'espace en tant qu'élément primordial de l'expérience des images. Dans une grande salle plongée dans l'obscurité, cinq séquences vidéo sont projetées sur les murs. Ces séquences sont diffusées en simultané et en boucle. Leur contenu est différent, mais le thème est commun : chacune présente un corps passant dans une grande étendue d'eau bleue sur quatre des écrans et rouge sur le cinquième. Au début, rien ne semble se passer dans les images, on contemple des espaces liquides. Puis, soudain, un corps surgit, plongeant et traversant l'eau. Cet effet de surprise, déjà employé dans *The Reflecting Pool* (1977-1979), maintient l'attention du spectateur et le trouble. Les images, monumentales, sont l'objet d'effets plastiques (comme des ralentis) qui les rendent irréelles et oniriques. À l'immersion des corps filmés fait écho l'immersion du spectateur, qui « baigne » dans le son (très présent) et les images. La simultanéité et la surprise impliquent le corps du spectateur qui cherche dans l'espace d'où viennent le son et la lumière.

Enfin nous pouvons aborder le déplacement des médias du contexte spatial. Les vidéastes des premiers temps, comme Nam June Paik par exemple, voulaient proposer un autre regard sur les médias en les sortant de l'espace domestique du salon, donc de leur contexte habituel. En effet ce type d'œuvres nouveaux médias qui reprend les mêmes interfaces que les médias du quotidien se présentent dorénavant dans des lieux consacré à l'art, comme au musée ou à la galerie. Nous croyons que ce déplacement crée une ambiguïté au niveau de leur réception par le public des musées d'art. Nous allons approfondir ce point, notamment dans la 4^e partie, lors de notre analyse du processus d'appropriation de ces œuvres par le visiteur du musée.

³⁰ Focus sur une œuvre, p. 199.

3. Catégories d'œuvres par rapport au médium dans sa nature physique

Les œuvres nouveaux médias, comme nous venons de l'examiner sous trois angles caractéristiques, revêtent plusieurs aspects différents par rapport aux œuvres de l'art classique ou traditionnel. Ce qui est également remarquable, c'est qu'avec ces œuvres, il s'agit d'œuvres activables qui ne peuvent être réellement visibles ou audibles que quand le programme est lancé. Avec les œuvres nouveaux médias, dans la plupart des cas ce qui est perçu par le public, c'est le contenu de l'œuvre en état d'activation qui se développe selon une certaine condition spatio-temporelle. L'expression « contents art », en découle à l'évidence.

Le spectateur ne voit que des images et n'entend que du son mis en action. En fait c'est aussi le cas avec le cinéma ou la musique. Mais ces derniers ont leur propre système de diffusion dans une industrie culturelle spécifique. De ce fait cette double identité de l'œuvre (contenu/contenant) est peu problématique avec les œuvres nouveaux médias qui sont conservées et diffusées dans le circuit des institutions traditionnelles de l'art, comme par exemple le musée.

Donc souvent on oublie l'autre aspect de ces œuvres, c'est-à-dire le « contenant » ou l'aspect physique de l'œuvre, car tout simplement et le plus souvent, il est invisible au public. Mais ceci est très important car ce qui est conservé réellement par les détenteurs, ce sont les dispositifs techniques des médias, comme des supports de vidéogrammes ou des fichiers numériques. Les photos des performances ou des installations peuvent être également gardées, mais ce ne sont que les souvenirs des œuvres qui aident à la mémoire et à la compréhension de l'œuvre dans le contexte d'une présentation, mais pas une partie de l'œuvre elle-même. La problématique de la qualification de l'objet liée à cet aspect sera traitée dans le prochain chapitre. Bien qu'il puisse y avoir d'autres manières de classer ces œuvres, nous allons survoler les différents états physiques des dispositifs conservés, car c'est cela et ainsi que les œuvres sont conservées au sein de la collection du musée, qui est le terrain de délimitation de notre recherche.

3.1. Bande vidéo et bande sonore.

Depuis l'invention et la commercialisation du *Portapak*, la forme du support des vidéogrammes évolue constamment. Donc avec les bandes conservées dans une collection institutionnelle, nous pouvons retracer l'évolution de cette technologie de la vidéo³¹. Avec les bandes vidéo, il s'agit d'œuvres qui ne demandent pas de conditions spécifiques de présentation, comme par exemple une dimension d'écran particulière ou des dispositifs d'environnement spatial. Quand on pense au cas d'un film et à celui d'une musique, cela permet de mieux comprendre ces choses : on peut les voir ou les écouter sur des supports différents, autrement dit ces supports ne définissent pas leur nature physique, l'œuvre ainsi enregistrée reste en principe la même quel que soit son support.

Ces bandes vidéo peuvent donc sans préjudice être présentées selon plusieurs dispositifs ; un moniteur, un écran qu'elle qu'en soit la dimension, un mur blanc, un écran d'ordinateur ou d'autres écrans numériques (si c'est numérique ou numérisé). Malgré tout, elles sont souvent présentées, si possible, sur un moniteur de l'époque pour montrer le contexte d'origine de présentation. Pas obligatoirement ou systématiquement, elles peuvent être projetées sur un grand écran ou dans une salle noire construite dans le parcours de l'exposition pour un bon visionnage assurant le confort du public, ceci au cas où bien évidemment la qualité d'image le permet.

Concernant les œuvres sonores, il s'agit des œuvres qui engagent majoritairement le son. Cela peut être, par exemple, des œuvres ayant la forme d'expérimentations sonores des artistes ou d'entretiens. Souvent des casques audio sont mis à la disposition des visiteurs, lors de l'exposition de ces œuvres. Cela dépend bien évidemment des institutions, mais compte tenu de leur histoire plus longue que celle des autres médias, elles peuvent être plus nombreuses au niveau de leur quantité dans les collections muséales. Concernant

³¹ Quand il s'agit de bandes magnétiques, on peut citer les différents formats qui se sont succédés dans l'histoire : U-matic (1971), VCR (1972), Betamax (1975), VHS (1976), V2000 (1979), VHS-C (1982), Betacam (1982), Video 8 (1985), D1 (1986), S-VHS (1987), S-VHS-C (1987), Hi-8 (1989), W-VHS (1992), Betacam numérique (1993), Digital Video (1995), Digital-S (D9) (1995), Betacam SX (1996), D-VHS (1998), Digital8 (1999), HDV (2003). Quand il s'agit de disques optiques, Laserdisc (1978), Vidéo CD (1993), DVD (1995), Mini DVD (1998), Super Vidéo CD (1998), EVD (2003), UMD (2005), VMD (2006), HD DVD (2006), Disque Blu-ray (BD) (2006), DMD (2007), HVD (en développement). Wikipédia, http://fr.wikipedia.org/wiki/Cassette_vid%C3%A9o, consulté le 13 décembre 2013.

les œuvres sonores, il y a aussi des CD audio, ce qui est différent du CD-Rom, destiné à l'usage de et par la voie de l'ordinateur.

Depuis le début des années 1990, la technique d'enregistrement des images en mouvement et du son est passée de l'analogique au numérique, reléguant les autres supports dans le passé et, de fait, entraînant l'apparition d'un rapport nostalgique à la trame de la bande magnétique, support provenant du caméscope, ou encore, aux craquements du diamant sur le disque. Caractérisée par la trame linéaire du support analogique, la cassette, type VHS, ou même le format professionnel Betacam ont une longévité extrêmement courte puisque, dans des conditions optimales de conservation, celle-ci ne peut excéder quarante ans. (Centre Pompidou, 2011). Avec la dégradation du matériel, plusieurs institutions conduisent un projet de numérisation pour sauvegarder les vidéogrammes et/ou les audiogrammes, car le numérique est jugé, pour le moment, plus stable que les autres.

3.2. CD-Rom ou DVD-Rom

Il s'agit de programmes élaborés par des artistes plasticiens qui impliquent par nature l'intervention des spectateurs ; ce sont des œuvres interactives. Avec le CD et/ou DVD-Rom, des systèmes d'écrans multiples sur ordinateur proposent des accès variés à des sources différentes. Ce fonctionnement transforme de façon cruciale la participation du spectateur à l'œuvre : dans le CD ou DVD-Rom le spectateur peut choisir des points d'entrée parmi des offres multiples, créant ainsi son propre parcours à l'intérieur du médium.

La différence entre le CD-Rom et le DVD-Rom est celle de leur quantité d'information³². Ici le DVD-Rom n'est pas du même type que celui qu'on peut utiliser dans un lecteur DVD vidéo de salon. Pour un musée, un simple DVD vidéo ne peut pas être un objet d'acquisition sauf si le contenu n'est pas objet de collection, en raison

³² Théoriquement on peut loger dans un DVD de 7 à 26 fois plus d'informations que dans un CD. Pour les détails, voir : PARK, Jieun, *DVD d'art, DVD d'artistes : analyse comparative des cinq collections de DVD artistiques en France*, monographie de l'Ecole du Louvre, muséologie, sous la direction de Xavier Perrot, 2003-2004.

notamment de sa fragilité, alors qu'il est cependant conçu à l'usage de diffusion des œuvres.

Comme il s'agit de programmes numériques, pour le moment le CD ou le DVD-Rom est destiné à l'usage de l'ordinateur. Il peut être, par conséquent, « exposé » soit dans un lieu de consultation avec des ordinateurs, soit dans le cadre d'un dispositif lié à l'ordinateur. L'interactivité est un élément fondamental ici, parce que c'est une œuvre « activable » par le spectateur, un peu comme « La belle au bois dormant », attendant d'être mise en éveil par le clic d'un spectateur.

Ainsi ce support numérique implique une participation active du spectateur qui navigue sur une interface pour aller d'une donnée à l'autre. Ce mode de fonctionnement a été complètement absorbé par Internet qui a maintenant des capacités de lecture comparables à celles d'un CD/DVD-Rom. Il s'agit donc d'un support obsolète, caractéristique des années 1990-2000 (Centre Pompidou, 2011).

3.3. Installations nouveaux médias ³³

Même lorsqu'elle n'avait pas encore de relation avec les médias, l'installation était devenue une forme artistique très présente sur la scène artistique contemporaine mondiale. Une installation se représente comme une disposition et répartition de certain(s) élément(s) dans un espace donné. « L'installation privilégie la relation ; relation entre les éléments mis en scène, entre l'acte artistique et l'espace de sa présentation, et donc entre l'artiste et le public. » (Centre Pompidou, 2011). Comme sa mise en scène crée un rapport complexe entre ses éléments divers et aussi avec le public, sa réception engage le spectateur de façon radicalement différente.

Catégorie assez hétérogène quant à ses formes et dans les situations de communications précises, l'installation nouveaux médias demande des conditions particulières de présentation et de visionnement. Elle est souvent appelée « installation

³³ Pour des explications plus précises, se reporter à : VAN ASSCHE, Christine, « Aspect historiques et muséologiques des œuvres nouveaux médias », *Collection Nouveau médias Installations*, cat. coll., Paris : Editions du Centre Pompidou, 2006. p.15-31.

multimédia » : le dispositif multimédia peut intégrer la vidéo, la projection de diapositives, le son, les ordinateurs ainsi que tous les supports de projection. Elle peut aussi associer toutes les autres formes d'expression en intégrant par exemple des objets, des peintures, ou des performances. Ces œuvres peuvent utiliser des supports de projection beaucoup plus variés que ne nécessite la simple bande vidéo : un écran unique ou multiple, des écrans de différentes dimensions et souvent en taille monumentale, et même différents objets volumiques de formes diverses peuvent recevoir les projections. Le procédé multi-écrans propose une autre manière de lecture que celle impliquée dans les médias du quotidien comme la télévision ou le cinéma, qui sont usuellement limitées à un seul écran.

Ainsi cet ensemble d'expressions hétérogènes propre à l'installation multimédia crée parfois un effet théâtral. Elle est souvent présentée dans le cadre d'un espace clos pour être isolée ou autonome par rapport aux œuvres voisines dans l'exposition. Dans certains cas, l'interactivité se joue à des niveaux très différents. Par exemple, *Baltimore* (2003), une installation d'Isaac Julien ne joue pas considérablement avec l'interactivité des spectateurs, alors que pour *Taken* (2002) de David Rokeby, un système de surveillance du passage de visiteurs constitue et intègre cet enregistrement du passage à l'œuvre, et en effet, ici, la place du spectateur devient très importante pour contribuer à faire l'œuvre. Ce genre d'installation qui comprend une fonction simple avec la participation, volontaire ou non, des spectateurs peut être catégorisé comme étant en « circuit fermé (closed circuit) ».

L'immersion est un autre aspect fondamental de certaines œuvres nouveaux médias. Par exemple, *A la belle étoile* (2007)³⁴, une installation projetée au sol qui invite le public à pénétrer un espace de méditation imaginé par Pipilotti Rist. Réalisée à l'occasion du trentième anniversaire du Centre Georges Pompidou à Paris, l'œuvre, projetée en sa version originelle sur la Piazza du Centre Pompidou, était visible à plusieurs niveaux : au sol, et aussi dans son ensemble depuis les étages qui surplombent la projection. Le gigantisme de la projection englobe les spectateurs dans des images quasiment surréalistes, en les invitant à se mouvoir au cœur même de l'image, les faisant déambuler dans des environnements étranges. Le fait que ce soit au sol participe à cet effet d'immersion puisqu'en marchant le spectateur se trouve englobé à l'intérieur de l'œuvre. Il fait partie du même espace que la projection. Ainsi dans tous les cas, on le voit, l'espace

³⁴ Focus sur une œuvre, p. 280.

et les dispositifs d'aménagement de l'œuvre sont des éléments cruciaux pour les installations nouveaux médias et qu'ils sont déterminants pour la réception.

3.4. Site Internet

Il s'agit des œuvres des réseaux en ligne, par exemple sur Internet. Il y a plusieurs formes d'œuvres comme des blogs ou des jeux interactifs, mais dans tout les cas la place et le rôle du réseau sont essentiels, en effet ces œuvres sont souvent classées dans une catégorie « Net Art ». Donc il ne s'agit pas d'une simple vidéo numérique mise en ligne. Ce type d'œuvre, naturellement hors musée fait maintenant l'objet de collections muséales, nous allons y revenir dans la deuxième partie.

Constituées à partir de pixels et de programmes numériques, ces œuvres sont constituées d'images fixes ou en mouvement, numériques ou numérisées, construites à l'aide de différents outils d'animation Web. Comme ces outils utilisent le même langage que celui des sites Internet ordinaires, les œuvres créées avec ces outils étant des médias, elles peuvent être semblables au niveau de leur apparence physique à des sites Internet purement informatifs. Il faut toutefois bien distinguer les sites informatifs portant sur les œuvres ou sur les artistes de ceux pour des projets artistiques et créations en tant que tels, ce dont nous parlons ici.

Comme c'est le cas avec les CD-Rom ou des DVD-Rom, l'interactivité peut jouer un rôle essentiel avec les œuvres sur les sites Internet. Mais ceci d'une manière beaucoup plus élargie, car l'achèvement de ces œuvres peut nécessiter des interventions des visiteurs de ces sites à une échelle beaucoup plus importante. Théoriquement tous les internautes du monde peuvent intervenir sur les œuvres en ligne. Ainsi certains sites ne restent jamais dans le même état, parce que chaque visite du public entraîne leur modification ; autrement dit l'œuvre que nous avons pu voir il y a une heure et celle que nous avons vue il y a une demi heure ne sont plus les mêmes. On peut ainsi dire que ces œuvres offertes à la participation des internautes ne connaissent jamais d'état d'achèvement comme c'est le cas avec une peinture ou une sculpture ou toute autre œuvre donnée comme terminée par

son auteur : par exemple, les œuvres comme *Uncomfortable Proximity* de Graham Harwood et *Immemory* de Chris Marker.

Or il y a aussi des sites Internet qui ne demandent pas forcément l'intervention du spectateur et donc ne changent pas leur état originel malgré les visites du public. Par exemple, les œuvres de Young Hae Chang Heavy Industries n'attendent pas forcément l'intervention du public même si elles existent sur le réseau Internet, car, au niveau du contenu, il s'agit du défilement des textes en ligne accompagnés de la musique est activable avec un simple clic du navigateur³⁵. Pourtant ce type d'œuvres-sites Internet demande aussi de l'interactivité au premier degré ; à la place du spectateur, il est toujours nécessaire de chercher ou de taper l'adresse du site et de lancer ou d'activer l'œuvre soi-même. Cette action minimum pour accéder à l'œuvre n'existe pas avec les peintures ou les sculptures pour lesquelles l'accès visuel à leur image est instantané.

3.5. Autres cas.

Dans certains cas, les institutions peuvent acquérir les disques durs entiers, notamment quand la dimension du programme est trop importante ou à cause de la complexité (ou de l'impossibilité) du transfert sur un autre support. En tous cas on ne présente pratiquement jamais au public les média d'origine et bien souvent on utilise une copie numérique pour la diffusion.

Et il y a également des œuvres holographiques ou bioinformatiques, celles relevant de l'art robotique et de l'art génomique, ayant recours à des technologies qui, tout en étant nouvelles, ne sont pas nécessairement liées aux médias de masse. Ces œuvres n'ont pas encore trouvé une place définie dans le monde institutionnel sauf en des lieux très spécialisés dans ce genre.

Aujourd'hui les artistes des œuvres nouveaux médias n'hésitent pas à aller toujours plus loin non seulement au niveau du sujet mais aussi du médium. Ainsi créent-ils des œuvres avec pour supports les outils numériques du quotidien, comme par exemple le

³⁵ www.yh-chang.com

téléphone portable, des PDA (Personal Digital Assistant), l'I-Phone, etc. Il est possible qu'à l'instant même où nous rédigeons ce texte, un autre nouveau média soit en train de naître quelque part au monde avec, sans doute, des artistes prêts à s'en emparer. La vitesse de développement des nouvelles technologies est une véritable gageure pour qui étudie ce domaine de l'art, celui des nouveaux médias, et cela induit une extrême difficulté à analyser exhaustivement les modalités de réception du public.

Le deuxième chapitre nous a permis de dégager certains points importants pour l'identification et de délimitation des œuvres nouveaux médias.

- Ces œuvres ont été développées en parallèle avec l'évolution des médias à l'usage quotidien. Malgré l'intention des artistes d'en détourner les fonctions d'origine, elles demeurent en partie liées au langage des médias et à certains de ses dispositifs.
- Soit la vidéo du premier temps, soit le média numérique apparu plus tard, dans les créations artistiques, les médias ont parfois servi comme un matériau de l'œuvre, parfois comme un outil de création ou comme outil de documentation, parfois comme sujet de contestation par les artistes, parfois cumulant tous ces cas cités.
- Ces œuvres intègrent le temps, l'espace et le récit d'une manière radicalement nouvelle par rapport aux œuvres d'art du type traditionnel basées sur l'image figée.
- Enfin, c'est cette multiplicité de statuts des médias dans les créations des œuvres d'art qui a rendu possible la délimitation de ces œuvres dont la complexité et l'hétérogénéité sont au cœur de notre problématique.

CHAPITRE 3.

Problématiques de la délimitation des nouveaux médias dans l'art

Les chapitres précédents ont permis d'aborder la définition des médias dans leur fonction d'origine, puis l'évolution des médias avec lesquels le mot « nouveaux » intervient et reflète l'émergence et le développement des œuvres d'art qui ont exploité les médias. Exploitation de ceux-ci comme outil, mais aussi comme sujet, et également comme quelque chose qui devient une partie intégrante de l'œuvre. Ces œuvres sont conservées sous la forme de matériels techniques vecteurs des médias, cependant que ce que le public rencontre en tant qu'« œuvre » ne revêt pas la même forme que ce qu'on trouve comme objets dans les réserves du musée.

Ce chapitre propose d'étudier de manière approfondie les problématiques de la délimitation de ce qu'on appelle les œuvres nouveaux médias. Cette approche dans le domaine de l'art en général va servir de base théorique à notre analyse concernant le musée en particulier, dans la deuxième partie. Cette approche générale est importante, car le musée n'est, malgré sa place importante dans la présente recherche, qu'un des contextes possibles pour ces œuvres qui se diffusent également, par nature, par d'autres voies des médias ordinaires comme Internet ou des éditions DVD et lors des manifestations de types festivals, par exemple.

Dans un premier temps, nous constatons l'absence de terme consensuel dans ce domaine. Ensuite sera révélée la confusion que nous pouvons constater entre les différents statuts des médias dans le domaine de l'art. Si cela a été compliqué d'examiner les différentes places et rôles des médias dans les créations artistiques elles-mêmes, s'ajoute encore davantage de confusion sur leur statut par rapport aux médias d'information sur l'art. Enfin nous constatons que, malgré la richesse des recherches actuelles portées sur le domaine, les recherches sur ces œuvres inscrites dans le courant général d'histoire de l'art n'ont pas une très longue histoire et elles sont, en effet, relativement peu nombreuses par rapport à celles portées sur d'autres types d'œuvre d'art ; ce qui aurait pour cause les caractéristiques particulières de ces œuvres qui sont à la fois des œuvres et des médias.

1. Définitions et appellations : consensus, désaccords, décalages et malentendus

D'après les définitions des nouveaux médias évoquées plus haut, les œuvres intitulées « nouveaux médias » doivent signifier à priori des œuvres à technologie numérique. Mais dans le domaine de l'art l'appellation nouveaux médias échappe ou dépasse souvent sa propre définition. Manovich (2002) définit l'art des nouveaux médias comme des « activités artistiques reposant sur l'ordinateur [computer-based artistic activities] » et comme « l'esthétique qui accompagne les débuts de tout média moderne et de la technologie de la communication »³⁶.

Or, Bureaud (2004) juge que même si la définition de Manovich est proche de celle des français, elle semble trop privilégier l'informatique. Selon Bureaud, l'art des nouveaux médias est « l'ensemble des pratiques artistiques reposant sur les médias technologiques - technologies de la communication, technologies électroniques, numériques et scientifiques - inventés depuis la fin du XIXe siècle et principalement au XXe siècle ». Si cette approche est actuellement largement dominante, elle exclut de fait des médias qui peuvent inclure l'informatique sans que celle-ci soit toujours centrale comme les biotechnologies et la bioinformatique (*bioinformatics*).

En fait même dans le domaine de l'art, cette expression « (art des) nouveaux médias » se définit différemment selon les deux années que sont 1968 et 1994. Ces deux années marquantes sont liées aux différentes définitions des œuvres nouveaux médias, notamment deux définitions concernant « Art et technologie » et « Art des médias ».

1.1. 1968: l'année repère de l'art vidéo

Nous avons déjà tracé dans l'historique de l'art vidéo ; en 1967, Sony a lancé la *PortaPak*, la première caméra vidéo portable. Auparavant il y avait très peu d'artistes, parmi lesquels Nam June Paik, le pionnier de l'art vidéo, ou Andy Warhol, plutôt connu comme une

³⁶ Manovich, « New Media from Borges to HTML », in *The New Media Reader*, Noah Wardrip-Fruin et Nick Montfort (ed.), MIT Press, Cambridge, 2002. Traduction des extraits : A. Bureaud.

icône du *Pop Art*, qui créaient les images en mouvement. Car la pratique du cinéma était hors de la portée de plupart des artistes au plan financier comme au plan technique. C'est la sortie de la caméra vidéo portable et à des prix raisonnables qui a permis à beaucoup d'artistes comme notamment Vito Acconci, Bill Viola et Bruce Nauman d'accéder à une nouvelle possibilité de création.

En effet à la fin des années 1960, plus particulièrement autour de 1968, il y avait beaucoup de manifestations artistiques qui témoignaient d'un intérêt pour cette forme d'art exploitant la technologie. En 1968, de nombreuses expositions ont été organisées, notamment « The Machine: As Seen at the End of the Mechanical Age » par le commissaire Hultén au MoMA à New York; « Some More Beginnings », organisée par E.A.T. (Experiments in Art and Technology)³⁷, au musée d'art de Brooklyn; « Cybernetic Serendipity », avec pour commissaire Jasia Reichardt, à l'ICA à Londres, qui voyagea à la Corcoran Gallery à Washington, DC et à l'Explorium à San Francisco. C'est cette même année que Vera Molnar a travaillé avec un ordinateur, qui n'avait cependant rien à voir avec l'ordinateur d'aujourd'hui au niveau de sa taille et de ses fonctions. Compte tenu de l'importance de toutes ces manifestations, nous pouvons considérer l'année 1968 comme un moment phare de l'histoire de cette forme d'art.

1.2. 1994 : l'année repère de l'art numérique

Lors de notre réflexion sur le sens du mot « nouveaux », nous avons constaté que l'emploi de l'expression « nouveaux médias » commence à se répandre autour des années 2000 afin de distinguer les médias apparus aux alentours de l'année 1994 des médias précédents. Cette expression est liée à la technologie numérique, qui se répand avec l'accès généralisé du public à Internet. Dans le domaine de l'art, la même expression est employée, d'abord dans les pays anglo-saxons, pour décrire des œuvres basées sur la technologie numérique.

³⁷ E.A.T. est une organisation non-lucrative lancée par Billy Klüver, Fred Waldhauer, Robert Rauschenberg et Robert Whitman en 1967, pour une collaboration entre les artistes et les ingénieurs.

Mark Tribe, le fondateur de *Rhizome*³⁸ a ainsi défini l'art des nouveaux médias, en le situant entre art technologique et art des médias. Mark Tribe considère l'art des nouveaux médias comme un sous-ensemble de l'« Art et technologie » et de l'« Art des médias » (Tribe, Jana et Grosenick, 2009, p. 6-7). Il explique que le premier, art et technologie, recouvre des pratiques comme celles de l'Art électronique, de l'Art robotique et de l'Art génomique, qui ont recours à des technologies qui, tout en étant nouvelles, ne sont pas nécessairement liées aux médias de masse. Le second, l'Art des médias, inclut l'Art vidéo, Art et transmission, et le film expérimental – des formes artistiques mettant à profit des technologies médiatiques qui, dans les années 1990, n'étaient déjà plus nouvelles. Selon Tribe, l'Art des nouveaux médias est donc à l'intersection de ces deux domaines.

Ainsi Tribe a choisi de limiter le terrain de son ouvrage, intitulé « Art des nouveaux médias (New Media Art) », à des œuvres produites selon l'acceptation généralisée, en 1994, et désignées par l'expression « Art des nouveaux médias ». Il s'est concentré sur des œuvres qui ont eu une influence particulière, qui sont exemplaires d'un domaine important des pratiques artistiques liées aux nouveaux médias et qui témoignent d'un degré exceptionnel de sophistication conceptuelle, d'innovation technologique ou d'intérêt social. Mais Tribe précise que l'art des nouveaux médias n'est pas défini par ces technologies ; bien au contraire, en déployant ces technologies à des fins critiques ou d'expérimentation, les artistes les redéfinissent comme art des médias. Tribe a ainsi défini l'art des nouveaux médias « [...] les projets qui font usage des technologies médiatiques émergentes et se consacrent aux potentiels culturel, politique et esthétique de ces outils » (Tribe, Jana et Grosenick, 2009, p. 7).

Avec le bilan fait par Beryl Graham, de différents événements et recherches concernant les caractéristiques de l'art des nouveaux médias, dans sa communication « Taxonomies of New Media Art – Real World Namings » au Museum and the Web (2005), nous pouvons comprendre que l'appellation « nouveaux médias » couvre majoritairement des travaux artistiques effectués à partir de l'ère du numérique, autrement dit depuis le début des années 1990 (Tab. I-1).

³⁸ Une organisation qui soutient la création, la présentation, la conservation et la critique de pratiques artistiques émergentes engageant la technologie (Rhizome.org).

| | | | | |
|---|--|---|--|--|
| Multimedia Award Competition (pre-2004) | Prix Ars Electronica (2004) | Fieling and Daniels CD-ROM: <i>Media Art Interaction</i> (2000) | Christiane Paul: <i>Digital Art</i> book (2003) | Steve Dietz: article (1999) |
| Image Interaction Software | Digital communities Computer animation / Visual effects Digital music Interactive art Net vision | Users can search using three fields: 1. <i>Medium/ Context</i> Keywords include: Public art Multimedia Stage Film Installation Environment Internet 2. <i>Themes/ Content</i> Keywords include : East/ West Feminism Closed Circuit GDR 3. <i>Dates</i> | <i>Digital Technologies as a tool:</i> Digital imaging ; photography and print ; sculpture <i>Digital Technology as a Medium:</i> Installation; Internet art and nomadic networks; software art; virtual reality...; sound and music <i>Themes in Digital Art:</i> Artificial Life; Artificial Intelligence...; telepresence; body and identity; databases...; beyond the book; gaming; tactical media, activism and hacktivism; technologies of the future | Interactivity Connectivity Computability |

Tab. I-1: Cinq ensembles de catégories de l'art numérique (Graham, 2005)

Cette approche qui relie les caractéristiques du numérique et des nouveaux médias peut être également repérée dans le diagramme taxonomique des caractéristiques des œuvres nouveaux médias établis par Sarah Cook (Cook et Graham, 2004 ; Graham, 2005).

En employant l'expression « new media », le schéma démontre les caractéristiques des œuvres nouveaux médias d'une manière plus compréhensible pour le public de l'histoire de l'art.

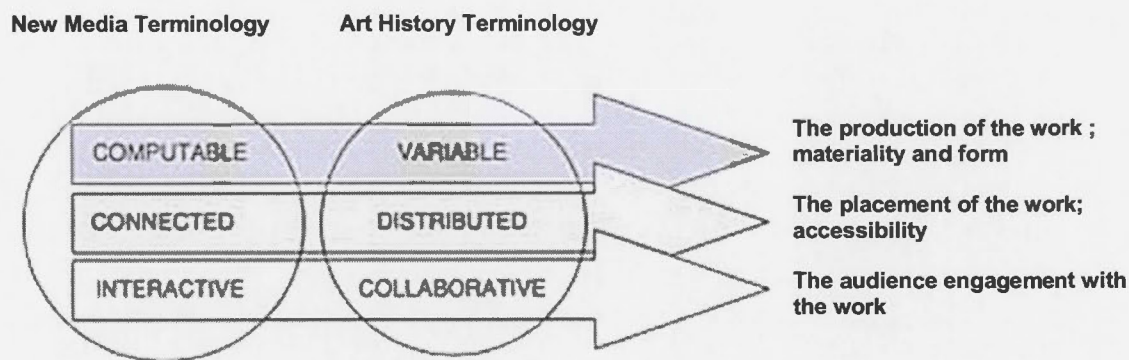


Fig. I-6 : Le schéma taxonomique de Sarah Cook (Cook, 2004, p. 45)

Enfin si nous examinons les explications des chercheurs anglophones, nous pouvons comprendre qu'il s'agit plutôt des œuvres créées après 1994, la deuxième année phare de l'histoire des créations médiatiques. Donc ces caractéristiques ne couvrent pas complètement ce que nous appelons « nouveaux médias » dans cette recherche. Maintenant nous essayons de repérer des caractéristiques plus englobantes, qui peuvent mieux décrire le concept central de notre recherche.

1.3. Appellation française

Tandis que les anglo-saxons introduisirent les termes *media art* et *new media art*, repris, à l'identique en allemand : *MedienKunst* et *Neue MedienKunst*, il y a plus de difficultés à trouver un équivalent en français. Même s'il ne s'agit pas d'un terme consensuel absolu, l'expression « arts médiatiques » est couramment utilisée au Canada francophone, traduction quasi littérale de l'anglais *media art* défini comme « forme d'art utilisant

l'électronique, l'informatique et les nouveaux moyens de communication »³⁹. En France, l'expression comme « art des médias » ou « art médiatique » n'a jamais vraiment été utilisée et « art des nouveaux médias » est entré en scène au début des années 2000. Or le DOCAM fournit une définition des nouveaux médias en tant qu'art plus éclairante :

Œuvre d'art créée avec une technologie inventée ou rendue largement accessible depuis le milieu du XXe siècle, qui utilise, entre autres, les télécommunications, les médias de masse, le multimédia ou les modes numériques de transmission. Le terme nouveaux médias se différencie par les composants de l'œuvre, lesquels emploient une technologie plus récente et requièrent, le plus souvent, une alimentation électrique. Les œuvres de nouveaux médias relèvent de formes d'art telles que l'installation, l'art vidéo, l'art interactif et l'art en ligne. (DOCAM, 2010)⁴⁰

En France l'expression « nouveaux médias » est utilisée afin d'englober les œuvres réalisées à partir de la fin des années 1960. Cependant elle est souvent remise en question à cause de ce mot « nouveaux ». Dans la collection du Centre Pompidou-Mnam/Cci qui utilise ce terme pour désigner la collection de ce type d'œuvres, il y a cependant des œuvres créées avec des technologies déjà anciennes et même disparues comme le U-matic ou le Super 8 qui ne peuvent plus être considérées comme nouvelles. En effet certaines institutions anglo-saxonnes utilisent le terme « Media art » tout court pour éviter cette confusion.

Alors comment et pourquoi cette appellation « nouveaux médias » est devenue un terme référent en France ? Une des raisons en est que c'était « nouveau » par rapport au cinéma. Quand on dit simplement les « médias » en français, cela renvoie tout de suite aux médias de communication. L'utilité de cet adjectif pour les conservateurs du musée se trouve surtout dans le fait qu'il pourra désigner les médias qui seront inventés ultérieurement. Concernant ce choix de l'expression, Christine Van Assche, conservateur en chef du département nouveaux médias au CP prend appui sur la rupture avec les arts précédents ;

³⁹ Dictionnaire des arts médiatiques, GRAM, 1996.

⁴⁰ <http://www.docam.ca/fr/glossaire.html>

[...] Tant sur le plan esthétique qu'au sein de l'institution, il a fallu réfléchir à la terminologie elle-même, au sens d'avoir un secteur intitulé vidéo, sachant que souvent la vidéo était couplée au son -un autre domaine- dont on ne pouvait la séparer. Progressivement se sont ajoutés, et ce particulièrement dans l'installation, d'autres supports comme la projection de diapositives ou l'informatique pour la synchronisation par exemple. Ensuite est arrivé le CD-ROM, le DVD-ROM, mais aussi le CD et actuellement le site internet. Donc, la vidéo, qu'en reste-t-il? Nous la repérons partout, mais rarement comme un médium en soi. Dès lors, en concertation avec plusieurs conservateurs de musées principalement américains, nous utilisons l'expression « nouveaux media ». En effet, celle-ci nous permettait de commencer cette « histoire » après le cinéma, — car la rupture, même si ce n'est pas une vraie rupture, nous la situons là, au changement de support qu'amène la vidéo —, et d'y intégrer le son et toutes les inventions et les mutations en cours et à venir. Cette expression n'a pas de limites ni dans le temps, ni dans les recherches. Les "nouveaux media" permettent d'envisager un domaine de manière plus globale, de pouvoir poursuivre son élargissement et d'intégrer, dans une même démarche, le multimédia, l'informatique. (Van Assche, 2001)

Ainsi depuis les années 1990, le CP-Mnam utilise cette appellation et comme il a joué un rôle considérable dans l'histoire des œuvres nouveaux médias en France, c'est devenu une appellation plus ou moins consensuelle. Par exemple, *Videomuseum* (www.videomuseum.fr), le réseau Internet des collections publiques d'art moderne et contemporain en France a employé cette appellation pour le classement de la collection de chaque musée et FRAC dans le réseau, qui a naturellement diffusé le terme au niveau national.

Par contre, pour désigner les œuvres elles-mêmes, plusieurs expressions sont utilisées au cas par cas : œuvres vidéo, installation audiovisuelle, projection vidéo, etc. Donc l'usage de l'expression comme les « œuvres nouveaux médias » n'est pas tout à fait systématique, alors que Christine Van Assche l'a employé dans son article « Aspect historiques et muséologiques des œuvres nouveaux médias (2006) »⁴¹ pour englober les œuvres de la collection Nouveaux Médias du Centre Pompidou. Quand nous employons cette expression, cela peut être entendu plutôt comme « nouveaux médias en tant qu'œuvres d'art ». Mais cette expression est trop longue pour être appliquée en tant que terme générique tout au long de la thèse. Même si certains professionnels dans le domaine

⁴¹ In *Collection Nouveau médias Installations*, cat. coll., Paris : Editions du Centre Pompidou, 2006. p.15-31.

du musée d'art exigent l'emploi de « nouveaux médias » tout court. En revendiquant une légitimité propre en tant qu'art, il est vrai que le « média » ou les « nouveaux médias » désignent avant tout leur définition d'origine avec pour fonctions la communication et d'information⁴². Notre choix de l'expression « œuvres nouveaux médias » a pour but de préciser qu'il s'agit bien des nouveaux médias créés par les artistes.

1.4. « Nouveaux » en tant que nouvelle approche artistique

Ainsi chaque pays utilise un terme légèrement différent pour désigner l'ensemble de ces œuvres et on peut constater l'absence de terme unique. Lorsqu'on examine les termes utilisés par les institutions internationales pour désigner les œuvres en question, différents termes comme *media* et *new media* sont utilisés sans vraie distinction.

Or dans l'histoire de l'art ce n'est pas la première fois que le mot *nouveau* a été utilisé pour désigner un mouvement artistique ; « nouveau réalisme », « nouvelle figuration », etc. Même lorsque ces mouvements ont disparu, nous gardons ces appellations. Enfin cette notion de « nouveaux médias » dans l'histoire de l'art pourra être considérée dans le même contexte que l'« art contemporain », qui comporte aussi dans son appellation un adjectif relatif et a été longtemps l'objet de controverses. Cette expression « art contemporain » que nous utilisons d'une manière consensuelle et courant a également besoin d'être clarifiée lors de chacun de ses usages.

Dans cet art, les sujets géopolitiques, économiques, sociaux, anti-institutionnels sont très présents et ils sont traités à partir d'un regard critique. Ce côté critique alterne avec les pratiques de détournement de dispositifs médiatiques. Ils se gaussent de la société manipulée par les groupes dominants et cela souvent en se servant des médias de masse. Or, cet acte de détournement n'est cependant pas toujours lié au geste critique. Il peut être fait pour affirmer la compétence de l'artiste (par exemple le *hacking* ou détournement d'un

⁴² Par exemple, l'intitulé de l'article de Gentès et Jutant, « Nouveaux médias au musée : le visiteur équipé » nous renvoie directement à la définition du média comme un outil d'information et de communication, ce qui est son usage d'origine.

jeu vidéo) ou pour montrer autrement les fonctions des médias : *Vigilance 1.0* (2003) de Martin Le Chevalier, *Super Mario Clouds* (2002) de Cory Arcangel. Dans ce sens, les médias fonctionnels deviennent « nouveaux » du fait de cette intervention et détournement ou appropriation des artistes.

Dans cette optique, avec les nouveaux médias il s'agit souvent davantage d'un nouvel usage que la réelle nouveauté du média. Par exemple, *Voice of Reason / Voice of Madness* (1984)⁴³, une installation de Geneviève Cadieux peut être considérée comme « nouveau » média, même si elle est réalisée à partir d'anciens médias comme la photographie et la projection, parce qu'avec cette œuvre il s'agit d'un usage qui renouvelle la combinaison des médias existants.

Faute d'une définition et d'une appellation consensuelles, dues à la complexité de la nature et de l'usage de ces médias, nous tentons néanmoins de délimiter le corpus central de la présente recherche. A travers la lecture des ouvrages concernés et avec les réflexions qui s'ensuivent, dans cette recherche ce que nous signifions avec ce terme générique « œuvres nouveaux médias » peut être expliqué ainsi : il s'agit des œuvres d'art sous forme de médias qui nécessitent le courant électrique pour fonctionner et permettent la communication simultanée et transmissible à distance, soit en partie, soit en totalité, pratiquement et théoriquement, quelle que soit l'intention de l'artiste. Donc cette délimitation va d'une simple image animée sur un support quelconque à une œuvre interactive qui intègre le visiteur-spectateur comme possible co-auteur. A travers la présente recherche, nous interrogeons ce en quoi et pourquoi les œuvres ainsi définies rencontreront des situations problématiques dans l'environnement muséal.

Sur cette base, nous pouvons préciser selon certains critères ce que sont les œuvres nouveaux médias dans cette recherche. D'abord il ne s'agit pas des médias informatifs et communicationnels tels qu'on les rencontre dans la vie quotidienne ou dans les musées pour commenter, expliquer, situer les œuvres d'art. L'objet de la recherche repose sur les œuvres qui font l'objet de la collection du musée, dans un département donné, quelques soient les intitulés. Les œuvres collectionnées au sein des musées existent sous les formes suivantes : bande vidéo ou sonore, CD-Rom, DVD-Rom, Site Web, téléphone portable,

⁴³ Focus sur une œuvre, p. 363.

fichier numérique, disque dur, etc. Périodiquement parlant, il s'agit des œuvres créées à partir de la deuxième moitié des années 1960 qui incluent des pièces qui ne sont pas « nouveaux médias » au sens strict mais le sont par le choix de l'institution, notamment en France.

Malgré les contradictions propres à l'usage courant, nous utilisons l'expression « nouveaux médias » en respectant le choix des musées en France qui sont notre terrain principal. Nous sommes conscients qu'aucune expression n'est vraiment satisfaisante parmi celles actuellement proposées par, non seulement des professionnels, mais aussi par les universitaires. Pourtant il est nécessaire d'adopter une expression qui désigne l'objet central de cette recherche. Ceci ne se fait donc pas avec pour but de l'imposer comme un concept déterminant. Au contraire nous reconnaissons que, malgré ces justifications du choix des spécialistes du domaine, cette expression pose un problème au niveau de la réception par le public. Selon notre étude précédente (Park, 2007), plus des deux tiers des visiteurs du MNAM qui ont été interrogés ont éliminé la « vidéo » de la catégorie des œuvres nouveaux médias et justifiaient leur réponse en ce sens qu'elle n'était plus quelque chose de « nouveau ».

2. Pluralité des statuts des nouveaux médias dans l'art

Quand nous utilisons l'expression « art numérique », nous pouvons souligner l'importance de la distinction du numérique en tant qu'outil de création et en tant que support artistique. C'est une remarque presque naïve mais cependant, souvent il existe un malentendu entre les deux cas. Par exemple quand la technologie numérique est mise en œuvre pour le tirage d'une photographie, cela aboutit à une photographie numérique imprimée sur papier ou d'autres supports selon le choix de l'artiste. Alors que quand elle a pour fonction d'être une partie de l'œuvre comme dans le cas d'un site Internet ou d'un programme du jeu interactif, comme dans le cas de *Vigilance 0.1* (2003) de Martin le Chevalier, l'œuvre existe sous forme d'un programme numérique. Dans ce dernier cas la technologie numérique est à la fois un outil de création et l'œuvre elle-même. Christiane Paul, conservateur du département nouveaux médias à WMAA a souligné ce point dans son

ouvrage de référence sur l'art numérique : « il est primordial de faire la distinction entre l'art qui utilise le numérique comme simple outil pour créer des objets plus traditionnels - photographie, impression, sculpture ou musique -, et l'art qui l'utilise comme un medium à part entière » (Paul, 2004, p. 8).

En dehors de cette différence dans les usages des nouveaux médias en tant que créations artistiques, il y a, dans le public, une difficulté de distinction des statuts des nouveaux médias pour l'art. Les médias servent pour l'éducation et ce rôle éducatif, que nous avons évoqué plus haut, n'échappe pas au domaine artistique. Ils sont souvent à la fois informatifs, éducatifs et distractifs, ainsi que nous l'avons évoqué au sujet des diverses fonctions des médias. De nombreuses émissions de télévision ont été produites à cet égard pour un large public ; par exemple des documentaires sur les courants de l'histoire de l'art ou sur la vie d'artistes (par exemple *D'art d'art*⁴⁴ de France 2), des cours à distance qui permettaient d'obtenir des « crédits » universitaires comme *Outlines of Art History*⁴⁵ à la New York University ont été diffusés par la chaîne locale CBS aux Etats-Unis. Il y a eu une émission didactique pour apprendre comment peindre (par exemple *The Joy of Painting*⁴⁶ de Bob Ross). Elles varient au niveau des sujets, de la durée, de la forme et du niveau scientifique. Ces émissions sont souvent à la fois informatives, éducatives et distractives, ainsi que nous l'avons évoqué dans les diverses fonctions des médias.

Dans le domaine du musée, l'usage du média devient de plus en plus fréquent et la manière de l'exploiter varie. Les technologies numériques ont pénétré dans les musées en renforçant ces deux missions essentielles: la mission d'information et celle de communication avec des publics (Goldstein, 1999, p. 159). Aujourd'hui de nombreux musées exploitent des services en ligne, du site Internet informatif jusqu'au Web social du type *Facebook* ou *Twitter*. Mais bien auparavant les musées avaient commencé à produire

⁴⁴ <http://dartdart.france2.fr> ; Emilie Jean, « D'art d'art », monographie de muséologie, MI, Ecole du Louvre, 2004.

⁴⁵ « Sunrise semester » qui durait de 6h30 à 7h du matin sur CBS la chaîne locale. Un pionnier dans les cours universitaires a diffusé sur la télévision diffusa des cours préenregistrés sur cassettes avec une audience de presque 120 000 personnes, ce qui était un chiffre incroyablement élevé surtout pour une diffusion à une heure de faible écoute.

⁴⁶ Une émission de télévision enseignait les techniques de base de la peinture à l'huile notamment pour le paysage. Bien que Bob Ross brosse un tableau en une demi-heure, l'esprit de l'émission ne visait pas à enseigner à peindre rapidement. Au contraire, il s'adressait à un public pour lui apprendre certaines techniques dans le laps de temps donné. Le spectacle a duré jusqu'à la mort de Ross en 1995. (Wikipedia, http://en.wikipedia.org/wiki/Bob_Ross, consulté le 13 décembre 2013).

diverses éditions multimédias ayant pour thème leur propre collection, dans un but info-communicationnel et commercial. En France, le multimédia à sujet artistique s'est développé d'une manière exceptionnelle depuis 1994. Sorti cette même année, le CD-Rom « Le Louvre » est remarquable car il a été vendu en plus de 400 000 exemplaires en trois ans (Chateau et Darras, 1999, p. 5). Depuis les années 1980, l'audio guide a été introduit dans les musées et les monuments historiques. Aujourd'hui l'offre s'étend aux nouveaux médias, avec, au lieu de l'audio guide classique, par exemple l'*I-Pod*, qui offre des informations audiovisuelles interactives, ceci non seulement en son mais aussi en images et textes. Avec cet usage de médias pour l'information et la communication, les médias sont ainsi désormais très présents dans l'espace de l'exposition dans un but informatif et éducatif.

Ce développement de l'usage du multimédia dans les musées a un rapport avec la loi de 2002 sur le musée en France. Cette loi renforce notamment la fonction de service public en tant qu'une des missions majeures du label « musée de France », et l'exploitation des médias devient presque indispensable pour remplir cette mission. Concernant le potentiel de l'exploitation des médias et des nouvelles technologies, le ministère de la culture mène des études sur ce domaine et plusieurs d'entre elles ont été réalisées (Davallon *et al.*, 2000 ; Goldstein, 1999). L'AVICOM (Comité international pour l'audiovisuel et les technologies de l'image et du son dans les musées)⁴⁷, un des comités internationaux de l'ICOM, travaille pour conseiller les musées, sensibiliser et informer les professionnels des musées sur l'utilité et les potentialités de l'audiovisuel et des nouvelles technologies, dans les secteurs pédagogiques, informatifs, promotionnels et commerciaux. Le laboratoire PARAGRAPH⁴⁸ de l'université Paris VIII œuvre dans le même sens, notamment sur la scénographie et les musées virtuels.

Il est donc important de bien distinguer les nouveaux médias en tant qu'outils de médiation, des nouveaux médias en tant que créations artistiques, car ils ne sont pas très différents au niveau de leur apparence physique. Ainsi que nous l'avons examiné dans la partie consacrée à la notion de nouveaux médias, ces œuvres existent dans la même interface que les autres médias comme par exemple les quotidiens de presse et les outils de

⁴⁷ <http://network.icom.museum/avicom>

⁴⁸ <http://paragraphe.univ-paris8.fr/fr/>

médiation dans le musée. Donc pour le public ces œuvres nouveaux médias se placent à deux niveaux de proximité : d'abord elles côtoient les médias comme outils de médiation et d'information dans le cadre même de l'institution muséale ; dès lors la distinction entre les unes et les autres : les œuvres et les médias, peut être malaisée pour certains publics car elles sont physiquement identiques, autrement dit, elles habitent les mêmes types d'interfaces médiatiques. L'exemple proposé par Graham éclaire une des situations problématiques que nous pouvons rencontrer dans un musée concernant la réception ;

[...] L'œuvre d'art Susan Collins *Zone Audio* est répartie autour de l'espace d'exposition. Le public doit porter un casque à infrarouge, qui, à certains moments diffuse des voix séduisantes en exhortant à « toucher » et à « taper » les projections vidéo des mamelons, des lèvres et des touches du clavier d'ordinateur. Le personnel de la réception qui délivre les écouteurs a rapidement remarqué une idée fausse répandue dans le public, et désormais explique à chaque personne que ce n'est pas « un guide de l'exposition ». ⁴⁹ (Graham, 2007, p. 94).

3. Qualification de l'objet : entre le contenu et le contenant de l'œuvre

Comme on l'a évoqué lors de l'analyse de sa nature physique, il s'agit d'une œuvre « activable » qui a un aspect éphémère et intangible lors de sa rencontre avec le public. Même dans le cas d'installations nouveaux médias où l'objet matériel peut avoir une place importante dans l'œuvre, le contenu immatériel occupe une place majeure. C'est-à-dire la projection des images en mouvement dans une certaine durée est quelque chose que l'on ne peut pas toucher. Finalement cette immatérialité par essence contribue à mettre à mal ou à modifier le fétichisme pour l'œuvre et par conséquent instaure un autre rapport avec elle. Cependant la nature physique et matérielle de l'œuvre importe beaucoup pour les musées car pour maintenir son opérationnalité, l'œuvre nécessite également la maintenance spécifique de certains dispositifs complexes, comme nous l'avons expliqué plus haut.

⁴⁹ "The Susan Collins artwork *Audio Zone* is spread around the exhibition space. The audience must wear infrared headphones, which at certain points receive seductive voices urging you to "touch" and "stroke" the triggered video projections of nipples, lips, and keyboard button. The desk staff who issue the headphones quickly noticed a very common misconception in the audience, and now carefully explain to each person that this is NOT "a guide to the exhibition"."

En effet le contenu est le contenant ne se situent pas dans des médiums identiques et uniques avec les œuvres nouveaux médias : ces œuvres possèdent par nature une double identité dans leur existence. Ceci est une des différences remarquables par rapport aux autres types d'œuvres comme la peinture par exemple. Avec *La Joconde*, nous pouvons saisir ses dispositifs (médiums : toile, peinture à l'huile...), images (ce qui est représenté ou exprimé sur le support : un portrait d'une femme, paysage...), patrimoine (objet dont la valeur est justifiée par l'ensemble des éléments précédents et le travail des scientifiques) sur un seul support. Quand il s'agit d'une installation nouveau média, elle comporte une partie qui est le dispositif de projection (soit caché soit visible), une partie qui est l'image projetée soit sur un écran soit sur le mur blanc et c'est l'ensemble de ces deux parties qui jouit d'un statut de patrimoine artistique collectionné au sein du musée. Effectivement cette double identité ou cette identité dédoublée à laquelle s'ajoute la possible duplication/édition ne correspond pas et de loin, à la notion de « chef-d'œuvre » en tant qu'objet unique et rare.

La notion de rareté, longtemps soutenue pour garder l'aura du chef d'œuvre n'existe donc pas avec les œuvres nouveaux medias qui sont théoriquement reproductibles à l'infini, sauf, le cas échéant, avec certaines installations. Toutes ces caractéristiques n'entrent donc pas dans les schémas du chef-d'œuvre traditionnel de l'histoire de l'art. C'est en ce sens qu'elles ne peuvent guère être considérées comme objets d'étude pour l'histoire de l'art.

De plus, elles peuvent exister non seulement en éditions limitées ou illimitées, mais aussi sous différentes formes et formats. Quand il s'agit des œuvres numériques, par exemple, elles existent en tant que codes, fichiers, ou programmes numériques sur différents supports/ vecteurs comme CD-Rom, disque dur, ou autres. La caractéristique « calculabilité » évoquée par des chercheurs anglophones rejoint ce point. Et c'est avec cette particularité que certains artistes peuvent ouvrir volontairement les « sources » de leur œuvres, autrement dit laissent les codes de leur œuvres accessibles et libres de droits, afin de partager et diffuser leurs créations, dans un esprit correspondant au mouvement de CC (Creative Commons : creativecommons.org) ou du CopyLeft (www.gnu.org/copyleft). Cette caractéristique est directement à l'opposé d'un art fondé sur la rareté et l'unicité, ce qui a été longtemps considéré comme une condition de l'art pour être de l'art.

Dans la création des œuvres nouveaux médias, une grande partie du travail de l'artiste est confiée à la machine. Pour réaliser une idée, ces artistes utilisent la machine à la place de leur « main », qui a été longtemps associée à la qualité « extraordinaire » de la technique manuelle de l'artiste, à son savoir-faire et à la valeur de l'art. Or ce genre de réflexion sur le statut artistique ou non a déjà existé lors de l'apparition de la photographie. Avec la photographie, pour la première fois, le rôle de l'œil est devenu plus important que celui de la main dans le travail d'artiste (Benjamin, 1939 ; 2000, p. 271). Mais même si avec la plus parfaite reproduction, selon Benjamin, il manquera toujours une chose : « le hic et nunc de l'original » qui constitue ce qu'on appelle son authenticité (p. 274). Il a enfin déclaré que l'aura de l'œuvre se perd avec la reproduction technique :

[...] On pourrait dire que, de façon générale, que la technique de reproduction détache l'objet reproduit du domaine de la tradition. En multipliant les exemplaires, elle substitue à son occurrence unique son existence en série. Et en permettant à la reproduction de s'offrir au récepteur dans la situation où il se trouve, elle actualise l'objet reproduit. (p. 276)

Surtout quand il s'agit d'une œuvre numérique, il faudrait revoir la définition de la reproduction, car l'art numérique n'a pas vocation à la reproduction au sens traditionnel, comme en gravure ou en photo, cela est sa nature même d'être à l'infini lui même ; il n'y a aucune différence entre le contenu de l'un ou l'autre DVD édité à un certain nombre d'exemplaires: « Grâce à cette nouvelle technologie, les artistes d'aujourd'hui peuvent inventer non seulement de nouvelles formes de « reproduction » mais aussi de « production » (Rush, 2005, p. 181). Mais même s'il n'a pas encore vu l'arrivée du numérique à son époque, l'analyse de Benjamin est une base pour réfléchir au statut d'objet des œuvres nouveaux médias.

La reproduction d'une œuvre numérique, par exemple, peut être dite identique à l'original, en tout cas plus qu'une édition d'une gravure ou d'une photographie argentique qui n'a pas la même valeur que l'original en raison de la dégradation de la matrice ; ce à quoi il faut ajouter une nouvelle fois que le principe sur lequel reposent ces œuvres diffère de celui sur lequel reposent les œuvres comme les peintures ou les sculptures, pour lesquelles le principe est avant tout celui de l'unicité. En effet, une œuvre « originale » et unique comme dans le domaine de la peinture n'existe guère dans ce type de création.

Comme Benjamin l'a annoncé, l'« aura » pour l'œuvre unique, en tout cas celui décrit par Benjamin, ne peut pas exister dans les œuvres nouveaux médias (Benjamin, 2003).

Cela peut perturber le public qui a une certaine représentation de l'œuvre d'art et se demande quelquefois, en face d'une œuvre nouveau média, si c'est une « œuvre » ou pas. Autrement dit si c'est digne d'être présenté au musée à côté de « chef d'œuvres », ou encore si le musée est nécessaire pour ces œuvres, en dehors, toutefois, du cas d'installations nouveaux médias qui nécessitent un espace et plusieurs dispositifs spécifiques que seul peut offrir et permettre le musée.

Pourtant, il y a eu des tentatives utopiques concernant cet art reproductible par défaut. En 1969, Gerry Schum, un galeriste allemand a ouvert les deux premières galeries exclusivement dédiées à l'art vidéo : *TV-Gallery* à Berlin et *Videogalerie* à Düsseldorf. Non seulement il a édité des collections vidéo en illimité mais il a pu utiliser une chaîne de télévision pour diffuser les œuvres de ses artistes (voir le chapitre 2). Même si son histoire utopique s'est tragiquement terminée avec son suicide, sa pugnacité peut être considérée comme remarquable. Aujourd'hui, certains marchands d'art proposent ces œuvres parmi d'autres œuvres comme des chefs-d'œuvre, et ils pratiquent l'édition limitée. Ainsi produisent-ils par exemple les DVD de vidéastes en seulement 5 exemplaires afin d'en porter le prix au niveau le plus élevé. Ici nous voyons qu'ils essaient de jouer sur la rareté, alors que ce n'est qu'une action à caractère commercial, justement là où l'œuvre est conçue comme reproductible à l'infini.

Entre l'absence de reconnaissance par une partie des historiens de l'art comme par le marché de l'art, il est peut être normal que certains publics soient désorientés. Le commentaire et la critique des œuvres nouveaux médias se situe essentiellement dans des magazines spécialisés ou à faible tirage, cette situation contribuant à maintenir cette forme d'art dans une relative clandestinité.

4. Place décalée dans l'histoire de l'art

Bien que nous puissions esquisser une approche historique de cet art, comme nous venons de faire dans le chapitre précédent, les nouveaux médias ne sont pas suffisamment

présents et représentés par l'histoire de l'art. Du coup cet art reste toujours traité comme quelque chose à part de l'histoire de l'art, autrement dit quelque chose qui fait hésiter un certain public à le définir en tant qu'art. Plusieurs chercheurs ont remarqué cette lacune dans l'histoire générale de l'art. Cette absence de recherche historique semble suggérer qu'il y a un problème de légitimité des œuvres nouveaux médias en tant qu'art. Ceci est aussi le cas dans les institutions de l'art comme des musées ou des galeries d'art : ce point sera abordé en profondeur dans la deuxième partie de la thèse qui analyse la médiation primaire des musées (Iles, 2001) : « C'est encore rarement collectionné, ce n'est pas assimilé ou pris en charge sous les auspices de l'histoire de l'art ou d'autres disciplines, et c'est presque inaccessible pour le public et les chercheurs non originaires du nord-ouest »⁵⁰ (Grau, 2007, p. 3).

Dans l'histoire de l'art, il y a donc une certaine négligence ou manque d'intérêt pour ces œuvres. Effectivement il n'y a pas beaucoup d'études sur ces œuvres effectuées par des historiens « référents » de l'art. Shanken (2007) remarque cette absence d'intérêt à l'égard de la technologie électronique dans l'histoire de l'art ;

[...] En effet, il n'y a pas l'histoire scientifique / technologique complète de l'art, comme il y a des histoires féministes et marxistes de l'art, par exemple. Cela conduit à se demander ce que serait une histoire de l'art écrite à travers une lentille comme AST [l'art, la science et de la technologie]. Quels seraient ses monuments ? Comment pourraient-ils être liés par le récit historique ? Quelles sont les similarités et les différences, les continuités et les discontinuités, qui pourraient être repérées par l'utilisation de la technologie à des fins artistiques tout au long de l'histoire de l'art ? Pourquoi y a-t-il des périodes d'activité et d'autres de somnolence apparente ? En d'autres termes, comment l'histoire de l'art peut s'écrire si les textes de l'enquête de Janson sur l'art ont été réécrits en mettant l'accent sur les rôles de la science et de la technologie dans celle-ci ? À cet égard, la nouvelle édition en deux volumes, *l'Art Depuis 1900*, écrite par Hal Foster, Rosalind Krauss, Yves -Alain Bois, et Benjamin Buchloh, ignore l'histoire de l'art et de la technologie à un point tel que Billy Klüver et EAT n'y sont même pas mentionnés. Cette exclusion d'un texte qui est destiné à acquérir un statut canonique porte un important préjudice à l'histoire de l'AST.⁵¹ (Shanken, 2007)

⁵⁰ "It is still rarely collected, it is not included or supported under the auspices of art history or other academic disciplines, and it is almost inaccessible for the non-north-Western public and their scholars."

⁵¹ "Indeed, there is no comprehensive scientific/technological history of art, as there are feminist and Marxist

Il regrette ainsi que cette absence de textes de référence dans l'histoire de l'art puisse entraîner une mise en valeur insuffisante de ces pratiques artistiques par conséquent une mauvaise réception de ces œuvres.

En réalité, beaucoup d'artistes présents dans l'histoire de l'art ont également utilisé la nouvelle technologie de l'époque en tant qu'outil important de leur travail. Mais souvent cela est laissé dans l'ombre. Par exemple, quand on parle des œuvres de Rauschenberg, l'image du *Bed* (1955), un de ses « peintures combinées [combine painting] », vient d'abord à l'esprit des gens en tant que typique de son œuvre. Par contre une de ses œuvres comme *Nine Evenings : Theater and Engineering* (1966) réalisée avec Billy Klüver, un projet réalisé en collaboration avec des ingénieurs et scientifiques du laboratoire Bell⁵², ne viendrait pas très naturellement à l'esprit. C'est aussi le cas d'Andy Warhol. L'histoire de l'art en général ne souligne pas le fait qu'il était un des premiers artistes à avoir réalisé des œuvres vidéo comme *Outer and Inner Space* (1965), une des premières installations vidéo dans l'histoire (Rush, 2003, p. 52). Comme l'a remarqué Rush, cet art était toujours considéré comme quelque chose d'éloigné du monde de l'art :

Les ouvrages d'histoire de l'art qui traitent de la période débutent souvent par une analyse du *Flag* (1954-1955) de Jasper Johns, du *Stripe Painting* de Franck Stella (1959) ou des *Brillo Boxes* (1964) d'Andy Warhol, mais jamais par celle de l'art vidéo. Cela peut s'expliquer en partie par le fait que cet art, né vers le milieu des années 60, doit être abordé en analysant le contexte dans lequel il apparut, à savoir un monde dominé chaque jour davantage par les médias, notamment la télévision, contexte sans doute trop éloigné du monde de l'art à proprement parler pour de nombreux critiques. (Rush, 2005, p. 82)

histories of art, for example. This leads one to wonder what a history of art written through a lens that emphasized AST [Art, Science, and Technology] would look like. What would be its monuments? How would they be related through historical narrative? What similarities and differences, continuities and discontinuities, might be mapped onto the use of technology for artistic purposes throughout the history of art? Why are there periods of fervent activity and others of apparent dormancy? In other words, how would the story go if standard survey texts such as Janson's *History of Art* were rewritten with an emphasis on the roles of science and technology on the history of art? In this regard, the sharp new two-volume set, *Art Since 1900*, written by Hal Foster, Rosaline Krauss, Yves-Alain Bois, and Benjamin Buchloh, ignores the history of art and technology to such an extent that Billy Klüver and E.A.T. are not even mentioned. Such exclusion from a text that is destined to gain canonical status has significant, deleterious ramifications for the history of AST."

⁵² <http://www.9evenings.org/>

Alors pourquoi ces œuvres ont été si « mal » reçues par les historiens de l'art ? Cela est sans doute dû aux caractéristiques des œuvres nouveaux médias, ce que nous avons évoqué plus haut dans le chapitre précédent, qui ont généré des problèmes de réception dans l'histoire de l'art. Effectivement la description de l'histoire des nouveaux médias en tant qu'art n'est pas une tâche simple à réaliser. D'abord avec les médias, il ne s'agit pas d'un objet facilement définissable à un moment donné, puisqu'il évolue sans cesse. Par exemple ce que la vidéo signifiait durant les années 1960 et ce qu'elle est aujourd'hui montre un écart considérable dans sa nature, statut et forme technique. Aujourd'hui même, sans doute quelque part au monde, une nouvelle technologie est peut-être en train de se créer. Cette caractéristique de l'évolution fulgurante des médias fait obstacle à la méthodologie de recherche d'une histoire de l'art traditionnelle : un objet d'étude aussi mouvant et en perpétuelles mutation ne facilite pas la tâche de l'historien d'art.

Sans doute l'aspect complexe au plan technique des œuvres nouveaux médias peut dissuader des historiens qui n'ont, à priori, pas de compétence en matière de médias. Effectivement avec l'évolution technique des médias, il y a des vocabulaires spécifiques et acronymes techniques assez difficiles à assimiler, et par exemple avec la SIC, il s'agit d'un domaine qui exige une compétence et une connaissance technique très spécifique en la matière. Cette complexité en tant qu'objet technique relevant des nouvelles technologies, la nécessité de compétences spécifiques ne rend pas aisée la prise en compte des œuvres nouveaux médias dans l'histoire générale de l'art. Ce à quoi s'ajoute la mobilité de l'œuvre sur un terrain où l'historien d'art est plutôt familier d'œuvres immobiles.

De plus, le langage propre au cinéma est souvent repris dans le vocabulaire de l'art vidéo. Par exemple on parle de « filmer » mais jamais de « vidéographier », même quand il s'agit d'un travail vidéographique (Rush, 2003, p. 8). Le mot « filmique » peut donc englober le champ de la vidéo en plus de celui du cinéma. De toute façon, comme examiné plus haut, les experts eux-mêmes ne sont pas d'accord pour utiliser un vocabulaire sur lequel il y aurait un consensus. Dans les faits, certains chercheurs sur les œuvres nouveaux médias consacrent une partie importante de leur introduction à justifier ou expliquer le choix de la terminologie qu'ils vont employer tout au long de la publication, comme par exemple la justification de l'emploi du terme « image mouvante (moving image) » de

Tanya Leighton (Leighton, 2008)⁵³ ou celle de l'art « vidéo » de Françoise Parfait (Parfait, 2001). Bien que parfaitement au courant de cet usage d'expressions différentes, nous avons quand même besoin d'adopter une expression pour désigner l'objet de recherche.

Bien souvent la description des œuvres d'art se fait avec du texte et une simple image. Pour autant cela reste le plus souvent insuffisant pour témoigner de l'aspect visuel de l'œuvre. Or avec les œuvres nouveaux médias, cette procédure est encore plus compliquée. On voit bien des ouvrages publiés autour de cet art mais concernant les images de référence, il n'y a que quelques images, des captures de l'œuvre, c'est-à-dire, encore une fois, on n'a aucune possibilité d'imaginer le déroulement global de l'œuvre. Cela ne facilite vraiment pas la tâche des lecteurs surtout quand il s'agit des débutants dans le domaine en question et il leur faut d'autres efforts et démarches pour accéder à une éventuelle compréhension de l'œuvre.

D'autre part, la notion même de « génie » unique dans l'histoire de l'art n'existe plus guère dans les œuvres nouveaux médias⁵⁴, alors que souvent la description faite par l'histoire de l'art s'est fondée sur l'image ou le mythe du « grand génie du siècle ». En effet, les artistes des nouveaux médias travaillent souvent en collaboration, en équipe, car ces œuvres nécessitent des compétences dans différents domaines comme en son, en vidéo et en informatique. C'est pour cela qu'on voit très souvent des groupes d'artistes être les auteurs d'œuvres, par exemple @TMark, le groupe d'art hacktiviste. Mais même si les artistes travaillent souvent en collaboration, l'autre difficulté se trouve dans le fait qu'il n'existe aucun « thème » ni « école » permettant de structurer la pratique. Pour les artistes, « la vidéo telle qu'elle fut utilisée dès ses débuts [...] n'était qu'un matériau de plus au service d'une idée, et non un matériau ou un médium identificateur qui définit l'artiste » (Rush, 2003, p. 8-9). Bien qu'il y ait des artistes qui se reconnaissent en tant qu'« artistes vidéastes », la plupart ne voient dans la vidéo ou d'autres nouveaux médias qu'un matériau parmi d'autres qui sont à leur disposition pour créer.

⁵³ Dans l'introduction de l'ouvrage dont elle est éditrice « L'art et l'image mouvante [Art and the moving image] » (2008), Tanya Leighton explique son choix terminologique. En reconnaissant les objections contre cette expression *moving image*, elle souligne que la frontière des domaines est perméable, ainsi chaque terme employé dans ce domaine pose des questions différentes en côtoyant les autres.

⁵⁴ Steve Dietz, 'Why have there been no great Net artists?', in Lucy Kimbell (ed.), *New Media Art: practice and context in the UK 1994-2004*, London, Manchester: Arts Council England / Cornerhouse, 2004, p.75-82.

Enfin cette absence de recherche approfondie en histoire de l'art des œuvres nouveaux médias nous conduit à persister à voir l'objet d'art comme objet « précieux » et « rare » malgré l'évolution de l'art depuis Marcel Duchamp. De ce fait les pratiques artistiques abordées avec les technologies sont considérées quelque chose de loin de l'art, un peu à part. Regardons donc comment le statut de ces œuvres nouveaux médias en tant qu'objets peut entraîner une difficulté de définition en tant qu'œuvres d'art dans le domaine concerné.

CONCLUSION DE LA PREMIERE PARTIE

Ainsi nous constatons, avec l'appellation « nouveaux médias », qu'il n'y a pas de consensus ni au niveau de la terminologie, ni au niveau de la définition, ni au niveau historique. « Nouveaux médias » et « new media » pourront être qualifiés en tant que véritables faux-amis : il y a un certain décalage de signification entre ce qui est appelé « nouveaux médias » dans le domaine artistique en France et « new media » dans les pays anglo-saxons, appellations apparues à partir de deux dates significatives dans l'histoire, la première, nouveaux médias en 1968 et la deuxième new media, en 1994. Cette difficulté persiste lors de la description des caractéristiques de ces œuvres, cela du sans doute à leur double identité en tant qu'art du contenu et ensemble de dispositifs techniques en tant que médias. En examinant ce qu'en disent des historiens et spécialistes de l'art, nous avons constaté une situation assez floue pour ce qui est de la réception des œuvres nouveaux médias.

A côté de cette réception décalée chez les spécialistes de l'art, le public rencontre encore deux problèmes. Ainsi que nous l'avons examiné dans la partie consacrée à la notion de nouveaux médias, celles-ci existent dans la même interface que les autres médias comme par exemple les quotidiens de presse et les outils de médiation utilisés dans le musée. Donc pour le public ces œuvres nouveaux médias se placent à deux niveaux de proximité. D'abord elles côtoient les médias comme outils de médiation et d'information dans le cadre même de l'institution muséale. D'autre part dès lors, la distinction entre les unes et les autres - les œuvres d'art et les médias utilitaires du quotidien, peut être malaisée pour certains publics car elles sont physiquement identiques.

Ensuite les œuvres nouveaux médias, à un autre niveau de proximité, sont en concurrence avec les médias de la vie quotidienne, ceux qu'on côtoie un peu partout, chez soi ou dans les espaces publics. Il y a donc là et pour le public à gérer la différence entre l'art et le fonctionnel ou l'utilitaire, ce qui ne prétend pas être de l'art. Notre précédente recherche fait état de comportements contradictoires dans le public : pour certains visiteurs des musées cette proximité est source de confusion alors que pour d'autres elle est une facilité car elle les a familiarisés avec ce type d'œuvres.

L'expression « œuvres nouveaux médias » que nous utilisons dans la présente recherche reflète la place ambiguë de ces œuvres dans le domaine de l'art. Tandis que l'on n'utilise guère une expression comme l'« art de la peinture », l'appellation « nouveaux médias » sans le préfixe « art » ou « œuvre » serait plus judicieuse et correcte au niveau théorique. Pourtant elle ne se comprend pas nécessairement et immédiatement en tant que désignant des œuvres d'art. C'est-à-dire que même avant de parler des problèmes que ces œuvres nouveaux médias peuvent rencontrer dans le musée en assumant leur qualité en tant qu'art, il y a une question d'identification par rapport aux médias du quotidien en général.

Bande vidéo, sonore, CD/DVD-Rom, sites Internet, installations multimédia, téléphones mobiles, disques durs ... même si les œuvres nouveaux médias ne doivent pas être définies par les techniques, le classement que nous avons évoqué plus haut permet d'organiser au mieux ce qui fait l'objet d'une collection du musée dans ce domaine. Dans les conditions d'un concours artistique « New Media Art » en Angleterre, la nature de ces œuvres est plus précisément expliquée et on peut constater que la caractéristique électronique et télématique en réseau est soulignée comme l'une des natures importantes des œuvres nouveaux médias ;

[...] le format de nouveau media électronique qui est distribuable et distribué [...], des CD-Roms, des applications de logiciel téléchargeable gratuitement, veilles d'écrans distribuées avec le disque floppy, projets de radio Internet, projets de site-Web incluant les outils de moteurs de recherche, projets d'environnement virtuel en ligne [...] plateformes de médias électroniques en réseaux : soit utilisant Internet (WWW en général), soit par d'autres formats comme CD-Rom et DVD ou le réseau de téléphone portable.⁵⁵ (Kimbell (ed.), 2004, p. 11-13).

Pourtant il ne faut pas oublier que les genres et les supports se mêlent au cœur de la création d'aujourd'hui. Toujours en quête de modes d'expression, les artistes trouvent dans les nouveaux médias des outils privilégiés pour ancrer leur travail dans le

⁵⁵ “[...] any new electronic media format that is distributable or distributed, [...] CD-Roms, free downloadable software applications, screen savers distributed on floppy disks, internet radio projects, website projects incorporating search engine tools, online virtual environment project, [...] electronic and networked media platforms: either using the internet (usually the world wide web) or via other formats such as CD-Rom and DVD, or mobile phone networks”.

fonctionnement et les préoccupations de la société contemporaine. Enfin les nouveaux médias se situent au cœur d'une création dynamique et transversale à l'image du renouvellement de nos modes de vie à l'ère du numérique. Du coup une catégorisation trop stricte des œuvres devient caduque, puisque chacune d'elles peut, partiellement ou davantage, inclure la notion de spectacle, de peinture, de photographie ou de performance.

Ainsi que constaté dans notre parcours, il s'agit des médias électroniques, surtout quand il s'agit du nouveau média. Ce dont nous parlons ce sont donc les œuvres sous forme de médias électroniques qui permettent la communication simultanée et transmissible à distance, soit en partie, soit en totalité, pratiquement et théoriquement quelle que soit l'intention de l'artiste. Comme il s'agit de « nouveaux médias », ce sont surtout des médias qui permettent une communication pluridirectionnelle, basée sur la technologie numérique, comme notamment Internet.

L'objet de la recherche repose sur les œuvres qui font l'objet de la collection du musée, d'un département donné, quelques soient les intitulés. Périodiquement parlant, il s'agit des œuvres créées à partir de la deuxième moitié des années 1960 qui incluent des pièces qui ne sont pas « nouveaux médias » au sens strict mais le sont par le choix taxinomique de l'institution. Donc on peut constater un écart entre la définition dans le domaine de la SIC et celle utilisée dans la pratique de l'art contemporain. Dépassant le territoire de chercheurs et de professionnels, cette absence de consensus influence la réception des œuvres nouveaux médias par le public.

Comme Jeanneret le remarque au sujet des nouvelles technologies, les « nouveaux » médias ne sont nouveaux que parce qu'ils sont désignés comme tels dans des discours d'accompagnement (Jeanneret, 2007, p. 78). Mais au-delà de ces contradictions propres à l'usage courant, nous utiliserons le terme « nouveaux médias » en respectant le choix des musées français, à la fois parce que non seulement c'est un choix adopté par les terrains principaux de notre recherche, mais aussi parce que cette appellation installée depuis des années 1990 en France ne joue pas un rôle anodin à l'égard de la réception des œuvres par le public. Ce qui constitue l'une des problématiques de cette recherche. Mais quelle que soit cette appellation, ce qui la définit le mieux, c'est le fait que ces œuvres créent une situation de communication particulière dans son aspect

temporel, spatial et discursif. Avec cette base, nous allons aborder la question de la médiation et de la réception qui ont lieu dans le cadre du musée d'art contemporain.

FOCUS sur une œuvre

Nam June Paik, *Bonjour Mr Orwell* (1984),
Vidéo, U-matic, NTSC, couleur, son, 35', Production du Service Nouveaux Médias,
Centre Pompidou-Mnam



Parmi les œuvres de Nam June Paik, *Bonjour Mr Orwell* (1984) est indéniablement un exemple particulièrement éclairant de l'usage des médias en matière de création artistique. Cette œuvre a été rapidement citée dans la première partie, mais elle mérite une attention plus spécifique.

Il s'agit d'une œuvre d'art, en forme d'émission médiatique, que Nam June Paik a conçue à partir d'un roman de science fiction de Georges Orwell ; *1984*, publié en 1949, développant une vision dystopique du rôle des médias de masse. La base de cette fiction se fonde sur une hypothèse, qu'en 1984, les médias de masse asserviraient totalement l'humanité. Faisant suite à la prédiction d'Orwell, l'artiste souhaitait donner un exemple d'un usage positif des médias. A l'heure même du nouvel an 1984, l'émission a été créée et diffusée en duplex et en temps réel à Paris (Centre Pompidou) et à New York (studio de WNET TV) ; elle était également diffusée sur des chaînes de télévision d'Allemagne et de Corée du Sud. Cette diffusion a permis à 25 millions de téléspectateurs d'assister à ce qui fut véritablement un événement. Parfois l'écran montrait une performance avec des images de synthèse créées par l'artiste, parfois il était divisé en deux pour souligner la communication entre 2 villes comme Paris et New York. Pour ce projet historique qui fusionne différents domaines artistiques comme la danse, la musique, le théâtre, etc. en une seule œuvre en forme d'émission télévisuelle, les institutions de médias de masse et celles du domaine artistique ont accepté de collaborer à la diffusion de cette œuvre qui ne relève pas de leur domaine ou, pour les institutions artistiques, de leurs pratiques habituelles.

Avec ce projet, Nam June Paik a conjointement utilisé la vidéo et le satellite comme médiums et/ou outils de sa création. La télévision, par la mise en action de son réseau, fut également un moyen de diffusion de cette œuvre. Enfin dans ce projet, les médias ont un statut

pluriel ; ils sont à la fois un médium qui constitue l'œuvre, un outil de création qui génère les images et sons médiatiques, mais également un véhicule qui diffuse l'œuvre par satellite et surtout un objet de réflexion qui devient sujet de l'œuvre. Alors que la place de ce travail artistique est fondamentale dans l'histoire de l'art contemporain, nous avons du mal à le désigner selon un vocabulaire et une catégorie existants: c'était à la fois un projet de communication, une œuvre d'art et une émission de télévision à caractère événementiel.

Ici, la notion d'œuvre constituée en entité physique « achevée » n'est pas très évidente. Il existe plusieurs versions de cette œuvre. D'abord une version de l'enregistrement de l'émission de télévision conçue par l'artiste et réalisée au nouvel an 1984. Puis il y a une version qu'on appelle « française », et encore une autre, « américaine », qui sont des montages sélectionnant des séquences de l'émission, séparant les contenus développés de chaque côté de l'Atlantique⁵⁶. Pour le montage de ces deux versions, Nam June Paik est ré intervenu et a ajouté des images de synthèse⁵⁷. Nous avons ainsi une forme de produit qui diffère de l'œuvre première, donc c'est une autre œuvre, récréée. Après que cet événement ait eu lieu en temps réel, l'œuvre a été fréquemment présentée dans le cadre d'expositions, avec des versions montées.

Dès lors se pose une question, quelle est l'œuvre « originale » dans ces diverses formes d'une production médiatique ? Nous pouvons penser que c'est la version de l'émission de télévision dans son intégralité comme dans la pluralité de ses éléments constitutifs. Pour autant, ce n'est pas une évidence absolue, car il s'agit d'une émission qui a été diffusée par des médias de différentes origines et avec l'utilisation du satellite, chaque émission locale n'ayant pas le même contenu. En effet, la version « émission » existe également en plusieurs versions⁵⁸. Elles diffèrent en termes de durée intégrale, mais également à cause de certains effets parasites, car la mauvaise connexion du satellite a provoqué quelques problèmes techniques que d'ailleurs l'artiste a considérés en tant qu'éléments générateurs d'une ambiance d'« en direct »⁵⁹. Ainsi, avec ces plusieurs versions en termes de durée, d'effets inattendus et de nouvelles interventions de l'artiste, il est difficile, sinon impossible, de distinguer un seul objet pouvant être qualifié d'œuvre authentique et unique. Le statut de l'œuvre est ici en fait encore plus complexe que celui des tirages multiples dans le domaine de la gravure ou de la sculpture. Ainsi sommes-nous dans l'impossibilité de définir une telle œuvre de manière concise et claire. Ces caractéristiques éloignées de celles de l'art traditionnel expliquent pourquoi, pendant si longtemps, et parfois même encore aujourd'hui, les œuvres nouveaux médias ont du mal à acquérir une totale légitimité dans le domaine de l'art.

Nous pouvons enfin remarquer que le Centre Pompidou a non seulement participé au projet et à la diffusion de l'émission initiale, en collaborant avec différentes chaînes de télévision et institutions médiatiques, mais a aussi joué le rôle du producteur pour la version montée après l'émission. Cet intéressant statut du musée en tant que producteur d'une œuvre nouveaux médias sera évoqué en approfondi dans la prochaine partie, lors de l'analyse de la première étape de la médiation muséale pour les œuvres nouveaux médias.

⁵⁶ <http://www.newmedia-art.org/cgi-bin/show-oeu.asp?ID=15000000034535&lg=FRA> (dernière consultation : 08/10/2014)

⁵⁷ C'est la version qui est entrée dans la collection du Centre Pompidou-Mnam.

⁵⁸ Une version « New York » : 58min 11 s, une version « Paris » : 59 min 53 s, une version « Seoul » : 56m 53s : <http://njp.ggcf.kr/archives/exhibit/goodmorning-mr-orwell> (dernière consultation : 08/10/2014).

⁵⁹ 'live mood', <http://www.medienkunstnetz.de/works/goog-morning/> (dernière consultation : 08/10/2014)

DEUXIEME PARTIE

Analyse institutionnelle
de la médiation primaire
des œuvres nouveaux médias

Cette 2^{ème} partie a pour but de discerner quels sont les particularités que rencontrent les œuvres nouveaux médias dans leur intégration dans les institutions muséales d'art contemporain. Plus précisément, nous étudions l'acquisition, la collection, la conservation et la restauration de ces œuvres, c'est-à-dire les actes de médiation muséale qui se font avant le montage d'une exposition et constituent une partie essentielle de ce que nous appelons la médiation primaire. Donc les questions des expressions ou appellations employées par le musée en ce qui concerne le contenu de la collection, la nature et la dimension des œuvres collectionnées, le concept de « collection » lui-même, les questions de droit, seront abordées.

Avant d'aborder ces questions de médiation muséale concernant les œuvres nouveaux médias, la notion de « médiation » sera examinée dans sa définition théorique et pragmatique, ceci afin de délimiter le cadre de notre recherche et d'en préciser le champ d'application. Constatant une ambiguïté entre sa définition théorique et son sens d'usage courant dans le domaine de l'art, dans cette approche, nous établirons un modèle de ce que nous semble être la catégorisation de la médiation muséale : médiation primaire, secondaire et tertiaire. Ce modèle a été élaboré à partir d'un corpus d'études antérieures portant sur la médiation muséale, ceci afin de préciser notre objet d'analyse aussi clairement que faire se peut.

Donc, selon ce modèle de la médiation muséale, cette seconde partie se propose d'analyser la médiation primaire effectuée pour les œuvres nouveaux médias dans (et par) un musée d'art contemporain. Dans un premier temps, nous verrons quel est le rapport que ces œuvres ont entretenu avec le milieu institutionnel au tout début de leur histoire et les particularités intrinsèques qu'elles possèdent pour devenir, ou avoir un statut de patrimoine dans un musée d'art. Dans un deuxième temps, une étude de cas sera conduite pour analyser les différentes stratégies de patrimonialisation des œuvres nouveaux médias dans les musées d'art.

Ici nous étudions principalement le cas du Centre Pompidou, compte tenu de l'histoire d'un rapport remarquable qu'il a entretenu avec ces œuvres depuis sa naissance, compte tenu également de la dimension de la collection qui reflète une politique active d'acquisition dans le domaine qui nous concerne et enfin compte tenu de la diversité de

ses pratiques muséales en rapport avec ses collections. Ce cas principal sera analysé en rapport avec ceux du MACM, du WMAA, et du ZKM. Un travail sur trois terrains secondaires sera effectué, avec pour but d'enrichir l'analyse de notre terrain principal et de mieux le situer dans le contexte d'un domaine qui a des caractères extrêmement variés et pratiquement indicibles en quelques mots, ceci malgré la délimitation proposée dans la première partie.

Cependant il ne s'agit nullement de comparer ces institutions dans un simple but évaluatif. C'est pour cela que la taille de ces institutions varie ainsi. Il s'agit de faire une analyse de pratiques muséales singulièrement différentes pour ce type d'œuvres. Donc ces trois terrains secondaires ne seront pas traités de la même manière ni au même niveau. Cette analyse du terrain principal en rapport avec les terrains secondaires s'effectue à la fois, afin de garder une colonne vertébrale à la recherche et afin de rendre compte de la réalité d'un domaine qui échappe facilement au cadre déterminé du musée.

CHAPITRE 4.

Construction d'un cadre théorique

Le chapitre 4 vise à donner un fondement théorique à notre analyse de la médiation muséale concernant les œuvres nouveaux médias. Etant appliquée dans les divers domaines par rapport à l'usage et dans des contextes différents, la médiation est une notion difficile à qualifier comme possible concept. Il semble donc nécessaire de délimiter cette médiation muséale avant de poursuivre plus avant notre recherche. Dans un premier temps, les définitions, les usages, les caractéristiques de cette médiation seront successivement examinés. En prenant en compte des points essentiels de cette analyse générale, sera abordée la question de la médiation dans le contexte muséal. Ici nous établissons un modèle de médiation muséale à trois niveaux, modèle qui servira comme cadre d'analyse du travail du musée en tant que « médiation » au sens large.

1. Définition et domaines d'application de la médiation

1.1. Une notion ou un quasi-concept qui suppose une relation ternaire.

Il s'agit, avec le mot médiation, d'un substantif correspondant au verbe *mediare* « être au milieu », de *medius* « au milieu ». La médiation a été un concept utilisé initialement en religion pour désigner une relation entre l'homme et Dieu (1541), puis également en droit et en diplomatie (1878)¹, signifiant alors « entremise destinée à concilier ou à faire parvenir à un accord, à un accommodement, des personnes ou des parties ayant des différends »². Par extension, il s'applique au « fait de servir d'intermédiaire entre deux ou plusieurs choses »³, ceci dans des emplois didactiques en des domaines différents comme la philosophie, la psychologie, la religion, l'art. Avant de développer l'analyse de la notion

¹ Alain Rey (dir.), Dictionnaire historique de la langue française, tome 2, Paris : Dictionnaire LE ROBERT, 1992, 1998, p. 2179.

² *Le trésor de la langue française* : <http://atilf.atilf.fr/dendien/scripts/tlfiv5/advanced.exe?148;s=885784065>

³ Idem.

de médiation, rappelons que les (nouveaux) médias, autre objet majeur de notre recherche, partage la même origine épistémologique que celle de la médiation : *médium – mediare – medius*⁴. Effectivement cette redondance nous laisse entrevoir la complexité de l'analyse de la médiation des médias que nous allons effectuer dans cette recherche.

Dans ces définitions, nous pouvons constater la présence d'un tiers entre l'émetteur et le récepteur, et en effet plusieurs chercheurs définissent la médiation en portant leur attention sur cette relation triangulaire pour définir le concept. Liquète la définit comme « la recherche du lien entre l'énonciateur et le récepteur » (Liquète, 2010, p. 11). Donc la médiation « associe et concilie deux parties jusqu'alors distantes, se méconnaissant, voire en conflit en rétablissant la communication. » (p.11)

Un autre point que les définitions des dictionnaires révèlent est que la notion couvre plusieurs domaines. En proposant une définition fonctionnelle de la médiation culturelle, Davallon remarque qu'en réalité elle déborde ses définitions et les différents usages du mot se retrouvent dans différents domaines (Davallon, 2004, p. 38) :

Elle vise à faire accéder un public à des œuvres (ou des savoirs) et son action consiste à construire une interface entre ces deux univers étrangers l'un à l'autre (celui du public et celui, disons, de l'objet culturel) dans le but précisément de permettre une appropriation du second par le premier. Mais dans la pratique, elle n'en couvre pas moins des choses aussi diverses que la pratique professionnelle des médiateurs (de musée ou de patrimoine, par exemple) ; une forme d'action culturelle par opposition à l'animation culturelle ; la construction d'une relation à l'art ; la conception et la réalisation d'organisations et de produits destinés à présenter ou à expliquer l'art au public ; etc. (p.38).

En effet, la médiation ne peut pas être qualifiée comme étant un concept, faute de consensus à son sujet. Cependant Guillaume-Hofnung dit qu'il y a bien une définition, mais le problème est que dans l'usage, elle n'est pas respectée (Guillaume-Hofnung, 2003). Cette dernière souligne que, dans la pratique, le médiateur est rarement un vrai « tiers » susceptible de garder une position équilibrée et neutre. Cela peut être également le cas avec le musée, qui est à la fois un acteur et un lieu de médiation. Même si le musée se situe à la place du « médiateur » au sens large, entre les œuvres et le public, le travail du

⁴ p. 27

musée pour le public est toujours basé sur un parti pris, lequel reflète sa manière, sa position d'accueil et sa politique d'acquisition (donc des choix de réception) des œuvres de la collection ou/et de l'exposition qu'il organise. Une collection ou une exposition se fait sur un principe de « choix » pluriels, de sélectivité, voire d'« idéologie artistique » car une institution muséale ne peut pas tout collectionner ni tout exposer, donc elle reflète certainement une position, une posture, à l'égard du champ artistique. Ainsi et par exemple, actuellement, le Palais de Tokyo se positionne comme un espace dédié à des formes d'art expérimentales, alors que son voisin, le Musée d'art moderne de la ville de Paris affiche aujourd'hui des choix plus orientés vers une modernité au sens large, exposant par exemple Fontana, un panorama de l'art iranien depuis les années 60 ou, prochainement, un ensemble significatif d'œuvres de Sonia Delaunay, une artiste réellement active durant la première moitié du vingtième siècle.

En récapitulant les idées de Caune, Darras et Hennion, Thonon explique que la médiation est « un processus, une action humaine ancestrale « in progress », qui nous fait parvenir le sens » (Thonon, 2004, p. 7). Darras souligne aussi cette dimension de mouvance de la médiation ; « En soi, la médiation n'est qu'un processus, et une médiation peut avoir des résultats inadaptés » (p.18) qui pourraient effectivement rendre la situation plus désastreuse que le problème. Guedj (1995) explique la différence entre la médiation et l'éducation en décrivant la mission du médiateur et celle de l'enseignant. Le travail du médiateur est de « faire savoir » alors que celui de l'enseignant est d'« apprendre » (Caillet et Lehalle, 1995, p. 50).

Caune commence par la notion philosophique du mot dont l'origine se trouve chez Platon ; « Elle signifie que nos relations au monde physique, social et imaginaire ne sont pas immédiates : elles passent par des constructions intellectuelles et sensibles : par des représentations symboliques ». En se référant à Saint Simon, il explique la notion comme étant « le processus de passage et de transition entre deux systèmes sociaux » (Caune interrogé par Thonon, 2004, p. 11). Il souligne aussi que les médiations qui permettent à l'homme de nouer des relations avec les autres sont multiples et ne se limitent pas à quelque chose qui intervient là où les institutions fonctionnent mal, par exemple :

[...] La médiation ne peut se définir comme un processus qui vient suppléer l'absence de dialogue entre les acteurs sociaux. Il ne s'agit pas seulement de relier les proximités éclatées et de mettre en contact les formes interculturelles. Si la médiation devait se limiter à créer les conditions du dialogue social, elle ne serait qu'une fonction instrumentale dont la portée resterait éphémère. (Caune interrogé par Thonon, 2004, p. 14)

Caune explique le processus de médiation à l'aide de la structure ternaire (Caune interrogé par Thonon, 2004, p. 12-13). Il situe la force heuristique du concept dans la dimension ternaire. Selon lui, la médiation permet de poser les relations ternaires entre la pensée et les signes qui la manifestent et le monde de référence qu'ils désignent.

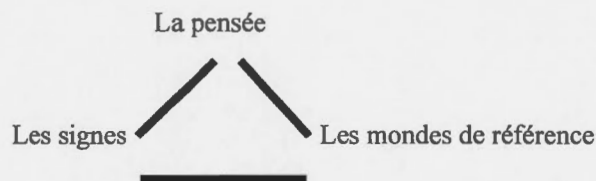


Fig. II-1 : La relation ternaire de la médiation

Caune précise cette relation ; « Donc la relation entre « la pensée » et « les signes » ouvre sur la sémiotique ; la relation entre « la pensée » et « le monde » ouvre sur l'interprétation ; et la relation entre « les signes » et « le monde » détermine l'univers de la médiation. Mais cet univers ne peut se comprendre qu'avec l'apport des deux relations précédentes » (p. 13).

Enfin, Davallon distingue quatre caractéristiques de l'action de médiation à travers l'examen du regroupement des usages de la médiation qui montre que chaque domaine exerce ses propres usages et définitions. D'abord, une action de médiation produit toujours une sorte d'« effet » sur son destinataire ; l'objet ou la situation de la communication de départ subit une modification à cause de son intégration dans un autre contexte ; l'opérateur de l'action peut être un humain ou un dispositif ou les deux, mais il y a toujours un débat sur sa nature ; cette action a toujours un impact sur l'environnement (souvent social) dans lequel elle s'effectue. (Davallon, 2004, p. 43)

1.2. Usage du terme dans divers domaines.

Davallon a examiné des différents usages du terme médiation dans les publications en SIC afin de saisir l'émergence d'une nouvelle conception des faits de communication. A l'issue de son examen, il distingue trois types d'usages du terme médiation ; usage ordinaire, usage opératoire et usage théorique.

1- Le premier sens, ordinaire, qui comporte une idée de conciliation ou de réconciliation dans une situation de conflit est relativement peu présent dans les littératures scientifiques des SIC, sauf quand il s'agit de procédures de médiations ou d'activités professionnelles. Pour Davallon, l'usage le plus courant correspond à « celui d'action de servir d'intermédiaire ou d'être ce qui sert d'intermédiaire » (Davallon, 2004, p.39-48)⁵.

2- Ensuite, il s'agit d'un usage opératoire. Selon Davallon, la médiation de ce type d'usage est utilisée comme « concept opératoire pour désigner, décrire ou analyser un processus spécifique » dans les domaines médiatique, pédagogique ou culturel. Dans le domaine du média, elle est utilisée pour désigner le travail à l'intérieur des médias, au contraire de la médiatisation, en mettant le journaliste en position de tiers, de médiateur. Il remarque que cette reconnaissance d'une fonction de médiation par un acteur social est aussi présente dans d'autres secteurs de la recherche, par exemple dans le domaine de la pédagogie et de la culture. Quand il s'agit de la médiation pédagogique, le formateur se positionne comme un tiers, c'est-à-dire comme un médiateur. Dans la médiation culturelle, il y a deux approches ; on parle des médiateurs et de la notion de médiation. Selon Davallon, le premier cas fait référence aux professionnels, alors que le deuxième cas couvre un champ beaucoup plus large et souvent beaucoup plus théorique. Ici il ajoute une autre catégorie d'emplois comme la médiation institutionnelle et la médiation sociale. Enfin il aborde l'emploi de la médiation dans l'analyse des usages des technologies. Dans ce cas, la médiation désigne les opérations (et ses effets) de technicisation du processus de communication (médiation technique) et de l'intervention de la dimension subjective dans les pratiques de communication (médiation sociale).

⁵ Il remarque que dans ce type d'emploi le lecteur est supposé trouver une définition de la médiation, ou est supposé la connaître.

3- Enfin, il s'agit de l'usage théorique afin de proposer une ou des définitions explicites de la médiation. Davallon repère quatre auteurs - Lamizet, Caune, Quéré et Hennion - comme références majeures en SIC. Il précise les particularités de la définition de ces chercheurs : les deux premiers ayant pour objectif d'élaborer une théorie de la médiation et deux derniers donnant une place centrale à la médiation en produisant une définition et une approche suffisamment précises et détaillées (p. 44). En examinant les travaux de ces chercheurs, il pointe les différences⁶ et les points communs⁷ dans les définitions des trois premiers d'entre eux⁸.

Cet effort de clarification à l'aide d'une catégorisation se retrouve également chez d'autres chercheurs. Afin d'approprier le concept de médiation, Liquète identifie quatre types de médiation (Liquète, 2010, p. 12-18).

1- D'abord la médiation des conflits qui concerne les situations familiales, conjugales, de la santé ou de l'entreprise. Son objectif est d'éviter de graves crises et/ou des recours juridictionnels et d'orienter le problème vers des situations d'harmonie sociale.

2- Ensuite il parle de la médiation d'explicitation, qui n'est pas conçue pour résoudre une situation du conflit, mais pour « réguler les dysfonctionnements effectifs ou potentiels, entre des organismes publics/privés et les usagers de ceux-ci, qu'ils soient clients, adhérents, citoyens. »(p.14)⁹.

⁶ « [...] Ainsi, on voit se dessiner une nette différence entre les trois auteurs précédents dans la manière de penser le tiers – et donc la médiation –, qui tient à ce que le premier part du langage et du sujet ; le second, du processus d'institution de la culture ; le troisième, d'une anthropologie de l'espace public. », p. 47.

⁷ « En revanche, on peut dégager trois constantes. (i) L'emploi des mêmes composants pour définir la médiation : l'intersubjectivité, le langage, le politique. (ii) Le principe selon lequel la communication sociale est un produit de la médiation et non l'inverse. (iii) Et j'ajouterai : la médiation se construit autour d'un *point de fuite* – appelé extériorité, neutre, négatif, c'est selon – qui intervient dans le processus de communication sans que ceux qui y participent puissent avoir prise sur lui. C'est au fond ce que désigne, sous des modalités diverses, la figure du tiers que Louis Quéré décrit en tant que tiers symbolisant. », p.48.

⁸ Il analyse le travail de Hennion à part, car il s'agit davantage d'une sociologie des médiations que d'un examen de la médiation comme le font les autres chercheurs.

⁹ Ce type de médiation nécessite une bonne connaissance du domaine afin d'anticiper les différentes formes de demandes et de besoins de la part du public. Avec Internet, par exemple, les moyens de renseignement et d'explicitation ont été construits et ont évolué, vers la création de forums et d'espace d'échanges en ligne, d'abonnements à une newsletter, etc.

3- Le troisième type est la médiation muséale. Ce type de médiation maîtrise des stratégies multiples de communication auprès des différents types de public, par exemple public-expert et public-novice¹⁰.

4- Enfin il s'agit de la médiation technique qui efface l'action présentielle des professionnels en remplaçant la communication entre les récepteurs et un dispositif technique médiatisé mis à leur disposition¹¹.

Lamizet, quant à lui, examine le concept par rapport aux espaces de l'action (Lamizet, 1999 ; Liquète, 2010, p. 22-23). Il repère principalement trois espaces de médiation :

1- D'abord les espaces de conflit ou de concurrence comme par exemple un marché et une place boursière où les acteurs se confrontent en respectant des règles sociales établies et acceptées par tous ;

2- Ensuite les espaces d'expression et d'exercice du pouvoir politique, comme par exemple un média de masse et un organisme institutionnel où les formes de médiation concernées légitiment les discours et les positions sociales de certains acteurs comme les journalistes, les professeurs ou les hommes politiques ;

3- Enfin les espaces de représentation qui rendent compte d'autres réalités ou expériences sociales, culturelles, historiques ou esthétiques, par exemple un théâtre ou un musée. Toutefois, ici, Liquète ajoute un quatrième type d'espace : celui-ci immatériel, qui est constitué principalement par les environnements numériques, où un ensemble de ressources et de modes d'échange est mis à la disposition des membres du groupe concerné.

¹⁰ Liquète distingue deux types de médiation muséale : la médiation directe et la médiation indirecte. La première signifie les interventions de guides ou d'animateurs qui présentent un contenu aux publics et tentent de répondre à leurs questionnements, alors que la seconde signifie des offres d'information dans une exposition ; offre et mise à disposition de contenus d'édition comme brochure, livret, catalogue, outils à manipuler comme audio-guide et bornes interactives.

¹¹ Par exemple, des services Q&A mis à disposition par les institutions, les suggestions d'achats de biens culturels dans une librairie en ligne, etc.

L'analyse de la notion de médiation effectuée dans cette section nous permet d'en saisir certaines particularités. Reposant sur une relation ternaire, elle veut dire qu'il s'agit le plus couramment et principalement d'une action dont le rôle est celui d'intermédiaire. Mais comme son champ d'application est tellement large et varié, l'usage du terme n'est pas facile à analyser. Dans la prochaine section, nous arriverons à un domaine plus spécifique, celui de la médiation dans un musée d'art.

2. Le musée d'art vu comme une médiation de l'art

2.1. Médiation muséale : entre la théorie et la pratique.

Parmi les domaines et les lieux de médiation que nous avons examinés, comme l'intitulé de la recherche l'énonce, il s'agit ici de la médiation muséale, et plus précisément de celle de l'art. Nous avons déjà remarqué que plusieurs chercheurs considèrent le musée comme un des lieux principaux de la médiation (Lamizet, 1999 ; Liquière, 2010). Pourtant la délimitation de la médiation muséale reste floue, car la médiation elle-même se déploie dans une situation floue et trouve sa place entre la théorie et la pratique.

Dans le domaine muséal, la médiation est souvent entendue comme un « ensemble d'actions ou de dispositifs propres à faciliter l'appropriation du discours de l'exposition par ses visiteurs » (Jacobi et Caillet, 2004). A partir de cette délimitation, Jacobi et Caillet proposent une catégorisation du concept : d'une part, les médiations implicites, qui « correspondent à l'ensemble des dispositifs, des moyens et des acteurs qui participent ou interviennent dans la longue série d'opérations qui se succèdent et interfèrent les unes avec les autres tout le long de la chaîne qui va, de l'invention d'une idée de création, jusqu'à la découverte ou la reconnaissance d'une pièce par le public. » ; et de l'autre, les médiations pro-actives, « c'est-à-dire toutes celles qui sont pensées, conçues et mises en œuvre en vue de provoquer délibérément des effets sur les publics ». Ainsi précisent-ils : « toutes les interventions des institutions et de leurs procédures et donc des acteurs qui avant, pendant ou après l'exposition conditionnent et topicalisent le projet. » et « l'ensemble que dessinent les différents types d'intervention des professionnels comme des bénévoles, en direction

des différentes catégories de publics ou de visiteurs, en vue de leur faire apprécier, goûter ou interpréter l'art contemporain (c'est-à-dire en vue de favoriser leur acculturation). ».

Cela rejoint ainsi à la distinction entre deux types de médiation élaborée par Liquète (2010) : médiation directe qui évoque toutes les interventions humaines des médiateurs sur le public (sous forme de visite guidée par exemple) et médiation indirecte, celle qui est mise à la disposition des visiteurs de l'exposition en tant qu'outil d'informations (sous forme de texte sur un cartel ou de bornes multimédia interactives par exemple).

Dans ces deux catégorisations, nous voyons que la catégorisation de la médiation se concentre sur l'exposition, voire se limite au cadre de l'exposition. Mais même si l'exposition est un des moyens les plus représentatifs de la communication des œuvres au sein du musée, celui-ci ne se réduit pas à l'exposition et ce moyen fonctionne comme un « média » qui opère la patrimonialisation des objets de la collection (Davallon, 1992). Davallon emploie ce terme « média » qui fait appel avant tout à des technologies de diffusion, pour désigner « toute situation, socialement organisée et techniquement élaborée, mettant en rapport des destinataires avec un savoir ou des représentations sociales (en ce sens, la télévision est un média, mais un livre, un cours, une représentation théâtrale ou cinématographique, un meeting, un musée ou une mise en exposition relèvent aussi de cette catégorie) ». Davallon a en effet insisté sur le statut de l'exposition comme situation de médiation (Davallon, 2000).

Donc nous pouvons considérer l'exposition elle-même non seulement comme une fonction majeure du musée, mais aussi comme un acte/outil de médiation au même titre que tout le travail du musée qui précède, accompagne et suit cet acte d'exposer. Dans ce sens, tous les travaux des musées d'art liés à leur collection peuvent être considérés comme une « médiation » dans un sens général, c'est-à-dire à partir de l'acte de collection lui-même et de la patrimonialisation des objets ou des œuvres d'art, jusqu'aux diverses activités d'intervention pour aider le public à mieux s'approprier les œuvres concernées.

2.2. Médiation muséale selon 3 étapes processuelles : une nouvelle catégorisation.

Nous abordons désormais la notion de médiation muséale de manière large, c'est-à-dire non seulement les actions culturelles ou les interventions auprès du public, mais également l'ensemble de travaux et tâches du musée, lequel fonctionne pour accomplir ses missions, celles-ci étant mentionnées dans la définition de l'ICOM : (le musée) « acquiert, conserve, étudie, expose et transmet le patrimoine matériel et immatériel de l'humanité » (Desvallées et Mairesse, 2011, p. 133). En effet l'approche globale du musée en tant que médiation ou média n'est pas nouvelle et plusieurs chercheurs ont déjà analysé ce rôle du musée en tant que médiateur entre les patrimoines et le public. Davallon, notamment, l'a analysé en tant que média (Davallon, 1992, p. 228-259). Il a insisté sur la situation de communication qui se crée au musée, alors qu'il a bien souligné l'ampleur essentielle du travail du musée qui dépasse et prolonge la conception classique de la communication, laquelle fait d'abord appel au canal et à la transmission (Desvallées et Mairesse, 2011, p. 223).

Pourtant cette approche globale semble rester plutôt théorique. Nous voyons toujours, d'une part, l'analyse du musée en tant que médiation, et d'autre part l'usage étroit du terme pour les actions et interventions pratiquées auprès de visiteurs du musée. Dans la présente recherche, nous tentons d'appliquer cette approche globale comme étant une analyse pragmatique du musée, afin de donner à la fois une clarté à notre analyse et de réduire la confusion que le terme « médiation » provoque dans le domaine muséal. Il s'agit d'une catégorisation qui positionne le musée à la place du sujet de la médiation, en insistant sur la place centrale des œuvres d'art et leur exposition. Cette place importante de l'exposition est soulignée non seulement dans les catégorisations précédentes, mais aussi dans la définition du musée donnée par l'ICOM ; l'exposition est une des missions principales, une caractéristique fondamentale du musée et un moment phare de la rencontre des œuvres avec les visiteurs du musée.

Dans cette recherche, à partir des catégorisations précédentes, comme par exemple celle de Jacobi & Caillet et celle de Liquète, nous développons une nouvelle catégorisation de la médiation muséale selon trois niveaux processuels : médiation primaire, secondaire et tertiaire.

Nous appelons toutes les opérations et dispositifs du musée intervenant avant la conception de l'exposition « médiations primaires » (organisation de la collection, politique d'acquisition, actes de patrimonialisation comme la conservation et la restauration, par exemple), puis nous appelons celles qui se font pendant la conception et la réalisation de l'exposition « médiations secondaires » (modalités et dispositifs d'exposition : mise en espace, cartels, vitrines, catalogue, brochures, etc.), enfin celles qui viennent et deviennent fonctionnelles après le montage de l'exposition ou lorsqu'elle jouit d'une indépendance : « médiations tertiaires » (visite guidée, audio-guide, site Internet, atelier, conférence, etc.)¹².

Rentrons plus en détail dans chaque niveau de médiation. La médiation primaire, le premier niveau de la médiation muséale, concerne les travaux et la recherche des œuvres d'art liés à la collection ; c'est-à-dire l'acquisition, l'inventaire, la conservation, la restauration, le catalogage, etc. Même si le travail d'acquisition et de conservation des œuvres ne peut être lié directement à la production d'une exposition, cela contribue, évidemment, à l'élaboration, à terme, des expositions qu'organisera le musée. Donc il s'agit d'une étape de préparation de l'exposition qui peut se penser comme une base indispensable.

La médiation secondaire, le deuxième niveau, représente l'ensemble des gestes qui se situent autour du montage d'une exposition. Elle peut être divisée en deux catégories : d'une part, les objets et les dispositifs qui sont au cœur de l'exposition, c'est-à-dire les œuvres d'art et les dispositifs qui les mettent en scène et en valeur comme les vitrines, cartels, etc., enfin ce qui peut être regroupé comme étant des « expôts » (Davallon, 1992, p. 227 ; Desvallées et Mairesse, 2011, p. 134 et 601), les éléments présents dans l'espace de l'exposition et constituant physiquement l'exposition ; d'autre part, il y a les dispositifs qui sont étroitement liés à l'exposition mais se situent un peu à l'extérieur de celle-ci avec pour but principal l'information, la documentation et la mémorisation comme les catalogues d'exposition, les brochures qui ont un but informatif supplémentaire.

¹² Bien évidemment il y a d'autres travaux menés par le musée en termes de médiation, comme l'accueil et l'information, la billetterie, les boutiques et les librairies. Ils sont importants, voire essentiels dans le fonctionnement du musée. Pourtant il s'agit d'actions qui se passent en dehors de l'espace d'exposition du musée, qui se situent à la périphérie de la rencontre des visiteurs avec les œuvres. Donc dans la présente recherche, nous ne les traiterons pas en tant que médiations muséales majeures.

Cette catégorie (les expôts) peut se diviser encore en deux parties : les « objets exposés » et les « objets outils » (Desvallées et Mairesse, 2011, p. 601 ; Davallon, 1986)¹³. Avec les premiers, il s'agit des œuvres ou objets d'art « originaux » dans la plupart des cas, mais ce ne sont pas toujours que de « vraies choses », mais possiblement de substituts (moulages, copies, photos, etc.). Naturellement les deuxièmes ne servent aux premiers qu'à les mettre en valeur et en scène avec les éléments de guidage comme les textes de différents niveaux (panneaux d'introduction, panneaux de section, cartels courts, cartels longs, etc.) et la mise en espace de cet ensemble constitué par les vitrines, cloisons, éclairages, etc.

La médiation tertiaire, le troisième niveau de la médiation muséale, désigne l'ensemble des actions, des dispositifs et des programmations qui deviennent fonctionnels après le montage de l'exposition. C'est-à-dire les actions d'accompagnement de la visite de l'exposition comme des visites guidées, des guides audiovisuels, des ateliers ou des conférences ponctuelles (liées aux expositions temporaires et/ou permanentes), qui sont plutôt facultatives dans la visite d'une exposition. Certains dispositifs de cette médiation tertiaire peuvent fonctionner pendant la visite de l'exposition (comme c'est le cas avec un audio-guide ou une visite guidée), mais aussi sous la forme d'une visite indépendante de l'exposition elle-même (comme peuvent l'être une conférence relative au thème de l'exposition ou un site Internet lié à l'exposition).

Enfin, même si dans le cas général les trois niveaux de médiation muséale d'art se déroulent comme un processus, la chronologie de ce processus ne va pas toujours du primaire au tertiaire. Par exemple, un site Internet ou un catalogue d'exposition peut se consulter à tout moment, même si ce moment est relativement proche de la période d'ouverture de l'exposition. L'acquisition et la collection d'une œuvre ne sont pas non plus un processus obligatoire avant de monter une exposition: parfois il est possible de monter une exposition, puis de décider d'une acquisition, ou d'avoir une exposition sans objectif d'acquisition préalable.

¹³ Le dictionnaire encyclopédique de muséologie (2011) catégorise cet « ensemble des choses exposées » en 5 ; les *musealia*, objets de musée ou « vraies choses », les substituts (moulages, copies, photos, etc.), le matériel expographique accessoire (les outils de présentation, comme les vitrines ou les cloisons de séparation de l'espace), les outils d'information (les textes, les films ou les multimédias), la signalisation utilitaire (Desvallées et Mairesse, 2011, p. 134).

Pour chaque niveau de médiation, il y a différents acteurs ; pour le premier et le deuxième, qui correspondent au terme « curating » dans les pays anglo-saxons ; il s'agit principalement des conservateurs. Pour le troisième, s'ajoutent des médiateurs professionnels dans le sens courant. Or aujourd'hui les artistes interviennent également et fréquemment au deuxième et au troisième niveau et leur rôle en tant que médiateurs et concepteurs de l'exposition devient de plus en plus important (Ceva, 2004 ; Miège, 2007).

Cette catégorisation à priori processuelle est établie afin de mieux examiner les différentes pratiques de médiation de l'institution muséale d'art. Or cette catégorisation peut être examinée en relation avec les trois logiques de langage à l'œuvre proposées par Davallon, même s'il s'agit avec lui du cas de l'exposition scientifique ; logique du discours, logique spatiale et logique gestuelle, qui correspondent chacune au moment de la préparation de l'exposition, puis à celui de la production et enfin à celui de la visite (Davallon, 1992, p. 93). L'originalité de notre catégorisation se trouve d'une part, dans la particularité du musée d'art où la place de l'objet importe autant que le savoir qu'il comporte et peut transmettre, et de l'autre, dans les faits de l'acquisition, de la conservation et de la restauration des œuvres, qui ne sont pas toujours directement liées au montage d'une exposition précise. Enfin des actions autonomes mais relatives à l'exposition sont également analysées sous l'angle de médiation.

Ce chapitre nous a permis de discerner les caractéristiques de la notion de « médiation » qui intervient dans les domaines divers. Fondée sur une relation ternaire, elle couvre les actions intermédiaires, étant située entre deux instances (au minimum). Mais nous avons compris qu'avec la médiation, il s'agit d'une notion qui flotte entre sa définition théorique et un usage appliqués à différents domaines. Enfin, quant à son analyse, nous avons constaté la réelle nécessité d'un travail de délimitation.

Contrairement aux domaines juridique ou économique, la médiation muséale ne vise pas à résoudre des situations de conflit, mais fonctionne plutôt comme une « proposition » qui réduit l'écart entre deux instances qui nécessitent un rapprochement ou une interaction. Etant donné le rôle du musée en tant qu'intermédiaire, qui fonctionne entre les œuvres d'art et le public, nous analysons le musée en tant que médiation à part

entière, qui dépasse ainsi sa propre définition dans son usage courant avec, par exemple, les actions d'accompagnement de visite ou d'animation culturelle. Enfin, le modèle des trois étapes de médiation a été établi avec pour but, d'une part, de donner davantage de clarté à ce terme médiation, et de l'autre, d'offrir un cadre théorique précis à notre analyse de la médiation effectuée par le musée et au musée pour les œuvres nouveaux médias.

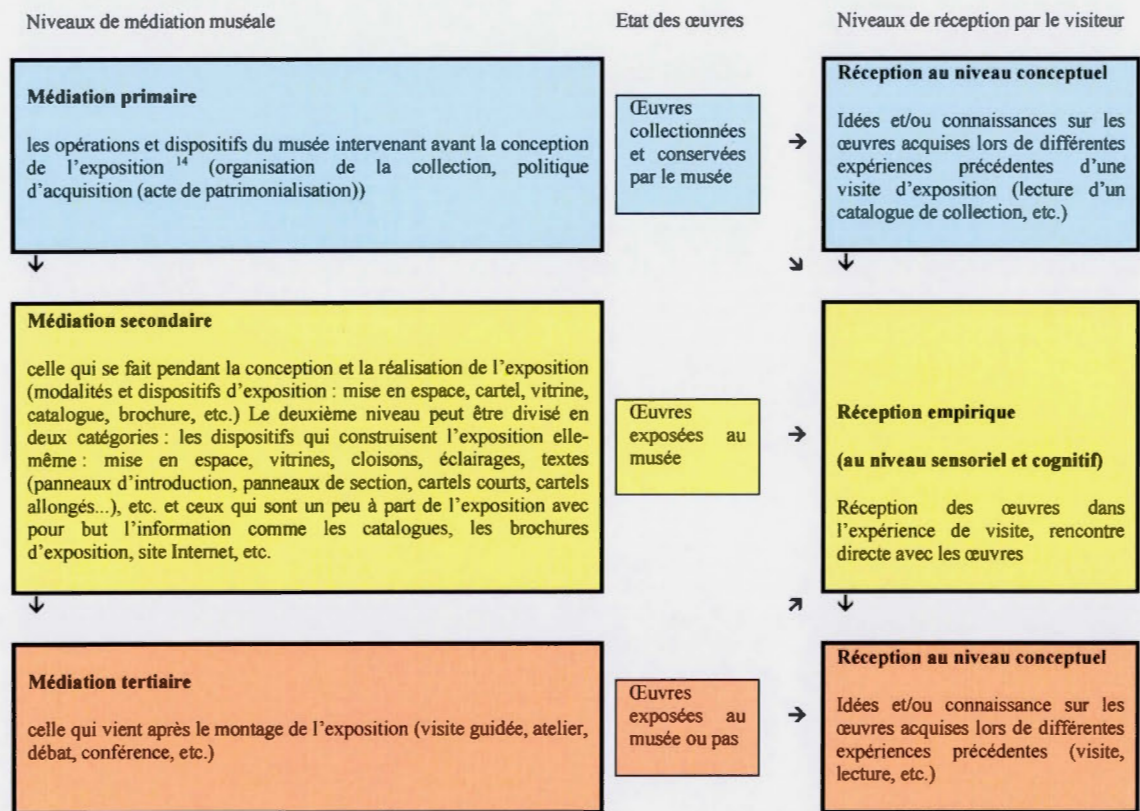


Fig. II-2 : Relation entre la médiation muséale des œuvres d'art et sa réception par le visiteur

¹⁴ Dans cette recherche nous parlons de l'exposition au sens large ; ici elle signifie l'acte général de présentation des œuvres, plutôt que celle d'une forme spécifique restreinte, par exemple, à un objet.

CHAPITRE 5.

Contexte de la médiation primaire des œuvres nouveaux médias au musée d'art

D'après le modèle établi dans le précédent chapitre, la médiation primaire représente une étape préparatoire par rapport à une rencontre directe avec le visiteur du musée. C'est-à-dire qu'elle n'envisage pas, à priori, le visiteur comme destinataire direct et immédiat, même si elle est éventuellement faite pour cela. Quand ces œuvres entrent dans un contexte muséal, elles rencontrent d'abord un autre public, le public « expert », avec, par exemple, le critique d'art, l'historien de l'art, le commissaire d'exposition, l'éditeur, le galeriste, etc. Bien que ce soient des personnes qui participent, d'une manière ou d'une autre, à élaborer le discours de patrimonialisation des œuvres, ils se constituent également en un public qui « reçoit » et s'« approprie » à sa manière les œuvres concernées, avant de les transmettre au public ou au visiteur. Autrement dit, la médiation primaire du musée peut être considérée comme un travail de réception.

Dans ce contexte, le musée même peut être considéré comme une sorte de public « expert », car il est souvent un interlocuteur primaire qui doit préparer la rencontre entre les œuvres et le public. Or, nous avons déjà vu, lors de l'analyse des caractéristiques de la médiation, dans le dernier chapitre, que la médiation ne se fait pas toujours d'une manière neutre et c'est également le cas quand le musée est considéré comme une médiation. Quand un musée constitue une collection et l'organise de telle ou telle manière, avec telle appellation, il s'agit d'un « choix » parmi d'autres. La médiation primaire reflète donc la modalité de réception propre au musée avec, nécessairement, une prise de « position ». Enfin, cette prise de position sera énoncée de manière concrète dans la prochaine étape de la médiation muséale que nous qualifions de médiation secondaire.

Ce niveau de médiation primaire est particulièrement important pour les œuvres nouveaux médias, même s'il ne s'élabore pas au contact du grand public. Parce que ces œuvres appartiennent à un domaine qui n'a pas encore tout à fait acquis sa légitimité en tant qu'art, comme ce peut être le cas pour la peinture ou la sculpture, ainsi en est-il pour le pour le moment. Ceci est en partie dû au fait que la collection de cet art des nouveaux

médias par les institutions n'a pas encore une longue histoire. A cause de l'absence de terme consensuel pour les désigner et en raison de l'hétérogénéité des œuvres, l'organisation de la collection et la politique d'acquisition varient selon chaque musée. Dans ce chapitre, nous aborderons l'évolution du rapport que le musée a entretenu avec ces œuvres innovantes qui, comme telles, interrogeaient son mode de fonctionnement et même sa définition. Ensuite, nous verrons quelles sont les caractéristiques de ces œuvres (dans leur existence spatio-temporelle) qui peuvent rendre problématique le travail de leur patrimonialisation.

1. Historique de la relation des œuvres nouveaux médias avec le musée d'art

1.1. Naissance d'un art basé sur l'esprit anti-institutionnel

Même si les œuvres nouveaux médias, notamment vidéographiques, sont largement répandues sur la scène de l'art contemporain, y compris bien évidemment dans les institutions, cela n'a pas toujours été le cas, surtout à leur début. Dès leur apparition, ces œuvres ont maintenu une certaine distance ou une relation assez paradoxale avec les institutions du domaine de l'art. D'ailleurs, les années 1960 et 1970, où l'art vidéo a commencé à prendre forme, étaient une période où cohabitaient plusieurs courants artistiques comme l'art conceptuel, le pop art, l'art corporel, la performance. Ces courants marquaient une certaine rupture dans le système traditionnel de l'art. En effet de nombreux artistes et/ou théoriciens de l'art comme Yves Klein, Robert Smithson, Daniel Buren ou Brian O'Doherty ont contribué à conduire une analyse critique portant sur le lieu typique des institutions de l'art, représenté par le « white cube ». Donc même si nous ne pouvons pas voir cet esprit anti-institutionnel comme étant une caractéristique exclusive des œuvres nouveaux médias d'aujourd'hui, nous pouvons constater que cette volonté de changer la tradition ou de la subvertir a été très présente à l'époque de l'apparition des œuvres nouveaux médias.

Parmi ces courants artistiques, celui qui a été le plus incontestablement lié à la naissance des œuvres nouveaux médias avec un esprit « anti-art » ou « anti-institution » fut la mouvance de Fluxus qui a rassemblé un certain nombre d'artistes comme Nam June Paik, Yoko Ono et Robert Filliou. Ces artistes étaient en révolte contre l'idée d'un art déterminé et défini par les institutions, s'agissant donc ici de l'art considéré comme la propriété exclusive des musées et des collectionneurs. En tentant d'établir un vrai lien entre l'art et le quotidien, ou l'art et la vie, les artistes de Fluxus ont organisé des *happenings*, créé des œuvres et des performances hors musées : dans la rue, dans les champs, dans un garage, dans un appartement, etc. (Rush, 2005, p. 24)

Dans leurs performances, œuvres diverses ou *happenings*, les artistes de fluxus ont expérimenté des créations en forme d'« événement » qui font de lien entre l'art et le quotidien. Par exemple, dans un des neuf événements intitulés *Spatial Poems* (1965), Mieko Shiomi a envoyé aux amis et/ou collègues du monde entier une invitation sous la forme d'une instruction très simple comme ceci : « ouvrir quelque chose de fermé » par exemple. Ensuite les participants étaient conviés à écrire très précisément ce qui était arrivé durant l'« événement ». Comme Rush l'a dit, « Ce type d'événement ouvert devenait une critique de la condescendance de l'art des musées, mais aussi une action participative dès lors que des personnes s'assemblaient pour l'exécuter. » (p. 24). D'ailleurs le résultat de cette œuvre participative, rassemblant les documents sous forme de publication, montre non seulement le travail en réseau des artistes de Fluxus à cette époque, mais aussi le fait qu'il y avait déjà un esprit de participation lié à un art en forme de réseau, comme celui qu'on voit dans les œuvres Net art aujourd'hui.

La plupart des premiers artistes vidéastes n'a pas imaginé ou espéré exposer leur travail dans les institutions. Faute de soutien institutionnel, même si c'est aussi souvent à cause de leur position de refus, les artistes qui ont utilisé ce médium ont souvent été contraints de trouver des modes de production et de diffusion alternatifs pour pouvoir exister et gagner une certaine légitimité artistique. Même si certaines institutions ont commencé à collectionner des vidéos dès leur apparition, à la fin des années 1960, ces œuvres ont souvent été « considérées comme des œuvres d'un genre à part qui étaient

bruyantes, distrayantes, et souvent, reléguées au sous-sol.»¹⁵ (Iles et Huldische, 2005, p. 66).

Donc il y avait une situation de mise à distance qui ne rendait pas tout à fait « naturelle » l'insertion de ces œuvres dans le contexte du musée. Françoise Parfait fait un lien entre cette position institutionnelle vis-à-vis des œuvres nouveaux médias (et vice versa) et le développement des festivals spécialisés dans ce domaine :

[...] C'est pourquoi dans les années 1980, on a vu fleurir des festivals, des rencontres, des projections spécifiques autours desquels s'est lentement construite une sorte de communauté non pas des exclus mais des marginaux de l'art, ce qui a eu comme effet pervers justement de marginaliser des artistes qui sont restés dans le ressentiment ou la nostalgie d'une époque communautaire et militante. Cette époque a été fondamentale pour donner une dynamique à ces recherches et pour convaincre le milieu artistique qu'il se passait des choses importantes dans ce domaine. (Parfait, 2001, p. 9)

Cet esprit anti-institutionnel se manifeste également dans le Net-Art qui a eu une période de développement marquante à partir des années 1990. Beaucoup d'artistes des nouveaux médias étaient profondément sceptiques quant au mode de commercialisation de l'art et quant à l'économie de son marché en général. En outre, les artistes « de gauche » ont également vu dans Internet une occasion de développer des idéaux progressistes et anticapitalistes. Par exemple, dans les premières années de ce mouvement lié à Internet, ses acteurs ont souvent préféré échanger et travailler gratuitement via des sites web, des e-mails, des espaces alternatifs et d'autres lieux, plutôt que de chercher à vendre leurs œuvres d'art. Ce libre partage de l'art correspond en fait à l'esprit et à la pratique du mouvement « Open Source »¹⁶ (Tribe, Jana et Grosenick, 2006) qui favorise la distribution gratuite des logiciels en essayant de rendre des logiciels en libres du droit.

En fait, le musée n'était pas un lieu exclusif de diffusion ou de la présentation des œuvres nouveaux médias. Ces œuvres nouveaux médias peuvent circuler et être présentées hors les circuits traditionnels de l'art comme les musées. Cela concerne non seulement des

¹⁵ “[...] considered to be a separate genre of work that was noisy, distracting, and often, relegated to the basement.”

¹⁶ Open Source Initiative. <http://opensource.org>

œuvres créées en ligne et destinées à être mises en ligne mais aussi des vidéos analogiques du début des années 1960. Les œuvres éditées en CD ou DVD, par exemple, peuvent utiliser la grande distribution comme circuit de diffusion. Pour beaucoup d'artistes des nouveaux médias, Internet est non seulement un médium, mais aussi « une arène dans laquelle ils interviennent artistiquement – un espace public accessible, semblable à un trottoir ou à un square urbain, où les gens s'entretiennent, font des affaires ou se promènent tout simplement. Ce qui assure notamment l'attrait de cet espace pour les artistes, c'est le fait qu'il se situe en dehors de la matrice musée/galerie et leur fournit en l'occurrence un accès à un public large, de non-initiés qui plus est. » (Tribe, Jana et Grosenick, 2006).

Peu importe si c'est vraiment pour cela qu'il y a si peu de musées qui collectent les œuvres Net art, comme Steve Dietz le souligne, il y a une tension fondamentale entre la structure ouverte d'Internet et le rôle du musée en tant que « gardien (gatekeeper) » qui juge et sélectionne ce qui peut être accepté dans le musée en tant qu'art. A ce propos, Melinda Rackham, une Net- artiste a dit que ;

[...] Les raisons pour lesquelles les gens ont commencé à faire du net art... de se connecter sur un réseau en contournant la censure du monde institutionnel et des affaires, signifient qu'ils (les musées) ne voudront jamais les prendre au sérieux - il est toujours en opposition à leur propre nature.¹⁷(Rackham, 2005)

Donc malgré l'accueil de ces œuvres opéré par les institutions d'aujourd'hui, il y a toujours eu une tension innée entre ces œuvres et des institutions. Tout comme il en va de la relation que cet art a entretenue avec les médias conventionnels comme la télévision dont la relation était une dialectique entre amour et haine.

Ainsi nous voyons que ces œuvres sont entre autres marquées par le positionnement critique des artistes de l'époque à l'égard des conventions établies, notamment par le milieu institutionnel de l'art. Ces artistes ont insisté sur des faits et des modalités

¹⁷ "The reasons people started making net art... to connect on a network and route around the censorship of the institutional and corporate world, mean that they (museums) will never want to treat it seriously – it's still in opposition to their structure."

inhabituels à l'égard de ce qui était considéré comme « art », notamment avec les performances ou les « événements » au lieu de proposer un objet fini. D'autre part ces œuvres se placent volontiers dans la rue ou dans la nature ou encore dans l'espace virtuel comme Internet au lieu du fameux espace du « white cube » du musée. À côté de cette position critique des artistes concernés, le musée considérait ces œuvres comme relevant « d'un genre à part », c'est-à-dire quelque chose qui ne peut pas tout à fait être qualifié comme étant des œuvres d'art, sauf pour quelque uns des lieux institutionnels pionniers en ce domaine, comme le Centre Pompidou ou le MoMA. Même si aujourd'hui où une certaine réconciliation s'est faite entre ces œuvres et le milieu muséal, ces œuvres restent par nature susceptibles de circuler, donc d'exister hors circuit muséal et institutionnel. Maintenant voyons comment ces œuvres ont noué une véritable relation avec les institutions qui étaient pourtant l'objet de leur contestation.

1.2. Réconciliation avec les institutions muséales

Avec le développement de cet art, notamment à travers le développement de la culture numérique, aujourd'hui nombreuses sont les institutions du monde entier qui considèrent qu'il est indispensable d'acquérir, parmi d'autres œuvres, des œuvres nouveaux médias. L'augmentation de l'intérêt des institutions est probablement liée à l'influence envahissante des effets vidéo-filmiques dans l'art contemporain en tant que « catégorie par défaut [default category] » qui « reformatent toutes les sortes d'autres pratiques artistiques »¹⁸, comme Hal Foster l'a souligné. Cet intérêt institutionnel se concrétise parfois par la création d'un département spécifique pour cet art dans la collection générale, mais aussi par des acquisitions occasionnelles d'œuvres nouveaux médias sans création d'un service spécifique.

Dans les années 1980, s'est affirmée non seulement une deuxième génération d'artistes-vidéastes qui a pris le relais des pionniers, mais aussi des critiques, des enseignants d'écoles d'art et d'universités et des directeurs du musée ont porté une

¹⁸ "Film or filmic effects are so pervasive in the art world they have begun to reformat all kinds of other practices." (Turvey et al., 2003, p. 93).

attention plus importante à ce mode d'expression, dans le monde, en Europe, en Amérique du Nord et dans certains pays d'Amérique latine. Enfin dans les années 1990 a surgi un engouement du marché de l'art pour ces œuvres. Des collections privées ont commencé à s'intéresser également à ce type d'œuvres, comme par exemple celles de Monsieur et Madame Kramlich à Los Angeles, de Madame Goetz à Munich, de Monsieur et Madame Lemaître et de Monsieur et Madame Salomon à Paris (Van Assche, 2007, p. 17 ; 19). Enfin il semble qu'une certaine légitimité institutionnelle est désormais acquise au moins avec des œuvres vidéographiques.

En fait même si elles étaient minoritaires, il y avait des institutions qui s'intéressaient à ces œuvres d'un nouveau type. Mais, bien que cette faible reconnaissance de l'art vidéo ait diminué au fil du temps, l'art basé sur l'ordinateur n'a guère continué à éveiller l'intérêt des musées et des galeries. Certaines institutions s'intéressaient à l'art basé sur l'ordinateur dès la fin des années 1960, ce nous voyons par exemple dans les manifestations institutionnelles comme l'exposition « Cybernetic Serendipity (1968) » à l'Institute of Contemporary Arts à Londres, l'exposition « Software (1968) » au Jewish Museum à New York et une programmation « Art et technologie (1969) » au LACMA (Los Angeles County Museum of Art). Mais cet intérêt muséal semble disparaître au milieu des années 1970, cela jusqu'au début des années 1990 (Tribe, Jana et Grosenick, 2006, p. 21).

Or, cet intérêt institutionnel semble revenir au début des années 1990. En 1990, Robert Riley a organisé l'exposition « Bay art media » au SFMOMA et en 1993 Jon Ippolito a organisé l'exposition « Virtual Reality : an emerging medium » au Guggenheim Museum. Et pour la première fois dans l'histoire, en 1995, le Whitney Museum of American Art a acquis une œuvre en ligne *The World's First Collaborative Sentence* (1994) de Douglas Davis, placée dans la collection permanente du musée. En 1997, le ZKM (centre d'art et de média), un important centre d'art qui rassemble des musées et des instituts de recherche dans le domaine de médias, s'est ouvert à Karlsruhe en Allemagne. L'Asie a également été une zone géographique qui a apporté un certain appui institutionnel à l'art et la technologie (Tribe, Jana et Grosenick, 2006, p. 21) : en 1997, avec par exemple, le Centre Inter-communication (ICC), un musée d'art des nouveaux médias, ouvert à Tokyo et soutenu par la NTT, une compagnie de téléphone japonais ; de

même pour le centre d'art Nabi dédié aux œuvres médiatiques (Media Art) qui a été ouvert avec le soutien de SK Telecom, une des plus grandes compagnie de télécommunication coréenne.

Alors que de nombreux artistes des nouveaux médias ont demandé et obtenu des occasions d'exposer dans les musées, d'autres restaient indifférents au monde de l'art et à ses « courtiers de pouvoir [power brokers] ». Ce dernier groupe a préféré travailler de manière indépendante, à l'extérieur du monde de l'art contemporain ordinaire, en agissant de préférence dans les communautés et les institutions de l'art des médias et de l'Art et technologie, où leur travail a été plus largement compris (Tribe, Jana et Grosenick, 2006, p. 23). Ces artistes utilisaient souvent des sites Web personnels, des listes e-mail, ou d'autres formes de diffusion des médias pour établir et maintenir une présence internationale et contacter un public au niveau mondial sans l'aide de galeries, de musées ou d'autres institutions.

Ainsi il peut paraître assez paradoxal de voir qu'aujourd'hui ces œuvres sont collectionnées par les mêmes institutions que les artistes dénonçaient ou dont ils s'échappaient pour expérimenter des espaces de l'art hors musées. Or il y a eu d'autres tentatives, dans l'histoire de l'art, d'échapper au cadre ordinaire de présentation et de circulation des œuvres. Ainsi le *Land Art* a choisi la « nature » ou l'espace extérieur comme lieu de création et de présentation. Mais finalement le système du marché de l'art l'a rattrapé, et on voit par exemple les alignements de pierres de Richard Long exposées aussi bien au musée qu'en galerie d'art ou lors de foires d'art.

Pourtant la collaboration des artistes des nouveaux médias avec les institutions muséales est de plus en plus fréquente. Et ainsi, au-delà du fait de collectionner les œuvres nouveaux médias, le rôle de l'institution doit se développer en relation avec celles-ci, notamment pour gérer la conservation et la restauration de ce type d'œuvres, en prenant compte la vitesse de dégradation des médias électroniques. Enfin, puisque presque tous les types de médias sont exploités par les artistes d'aujourd'hui, les musées sont conscients des problématiques qu'ils rencontrent pour accueillir ces œuvres dans la collection. Ainsi les institutions concernées forment des consortiums de discussion sur ce sujet, notamment

comme « Variable Media Network »¹⁹ en 2001 ou « Matters in Media Art »²⁰ en 2005. Dans la prochaine section, nous allons discuter de cet aspect qui complique la patrimonialisation des œuvres nouveaux médias dans le musée.

2. Problématique de la patrimonialisation des nouveaux médias dans les musées d'art

Suite à l'examen de l'évolution historique de la relation entre ces œuvres et le milieu institutionnel, dans cette section nous abordons les caractéristiques de ces œuvres qui créent une situation problématique dans le travail d'accueil de ces œuvres, autrement dit, celui de la médiation primaire dans le musée. Tandis que certains points ont été déjà évoqués lors de l'examen des problématiques de la délimitation des nouveaux médias, dans la première partie, cette fois nous concentrons sur la question du musée comme cadre. Ainsi, son aspect en tant qu'objet sera examiné, prenant compte que ces œuvres sont conservées physiquement au sein du musée.

2.1. Occupation spatiale des œuvres nouveaux médias dans le musée : une double identité en tant qu'objets et images

Comme nous l'avons vu dans la première partie, les œuvres nouveaux médias sont par nature éphémères et intangibles au niveau du temps et de l'espace. Cet aspect immatériel ou impalpable caractérise la double identité des œuvres nouveaux médias en tant que contenus et contenant. A travers cette double identité, nous voyons que ces œuvres occupent deux sortes d'espaces dans le musée. Nous pouvons distinguer d'une part, le contenu en tant qu'image et son qui se déroule dans le temps donné en remplissant un espace physique donné ; et d'autre part, le contenant en tant qu'objet équipement matériel à présence physique dans l'espace, lequel comporte et véhicule ces images et ces sons.

¹⁹ <http://www.variablemedia.net/>

²⁰ <http://www.tate.org.uk/about/projects/matters-media-art>

Autrement dit, il y a un espace du musée où le public rencontre ces œuvres et un autre espace du musée réservé aux professionnels, c'est-à-dire en arrière plan de cette rencontre.

Dans son ouvrage *The Language of the New Media* (2001), Manovich a précisé cette double identité des œuvres nouveaux médias. Même si dans cette analyse, il fait référence à l'art basé sur l'ordinateur, cette logique de pensée coïncide bien avec d'autres type œuvres nouveaux médias comme les vidéos :

L'image informatisée est constituée de deux niveaux : une apparence de la surface et un code sous-jacent (valeurs des pixels, fonction mathématique, code HTML). Au niveau de sa « surface », l'image dialogue avec d'autres objets culturels. Au niveau de son code, elle existe sur le même plan conceptuel que les autres objets informatiques. (Le couple surface/code peut être mis en rapport avec d'autres dualités : signifiant/signifié, base/superstructure, inconscient/conscient. Ainsi, de même qu'un signifiant existe dans une structure avec d'autres signifiants d'une langue, la « surface » d'une image, c'est-à-dire ses « contenus », dialogue avec toutes les autres images d'une culture.).²¹ (Manovich, 2001, p. 289).

Donc avec les œuvres nouveaux médias, ce que rencontre le public, c'est le « contenu » de l'œuvre qui se déploie selon une certaine durée. C'est-à-dire que ces œuvres ne sont « vivantes » ou « existantes » que lorsque l'ensemble du contenu et du contenant est « activé » en fonction de l'équipement matériel et technique nécessaire, et le contenu est « déployé [unfold] » dans la durée (Iles et Huldische, 2005, p. 82).

Ainsi, les œuvres nouveaux médias existent et se présentent selon des conditions très différentes par rapport aux œuvres traditionnelles et nous pouvons ainsi observer, au niveau de la réception par le public, un réel décalage d'identification de ces œuvres par rapport à la réception des autres types d'œuvres, comme la peinture ou la sculpture, soutenues par une légitimité acquise dans institutions d'art. Bill Viola a partagé son expérience de cette différence caractéristique des œuvres nouveaux médias ;

²¹ "The computer-based image consists of two levels, a surface appearance and the underlying code (which may be the pixel values, a mathematical function, or HTML code). In terms of its "surface," an image participates in the dialog with other cultural objects. In terms of its code, an image exists on the same conceptual plane as other computer objects. (The surface-code can be related to signifier-signified, base-superstructure, unconscious-conscious pairs. So, just as a signifier exists in a structure with other signifiers of a language, the "surface" of an image, that is, its "contents" enters into dialog with all other images in a culture.)"

En tant que professionnels, mes collègues et moi avons eu l'expérience de la marche à travers les galeries après les heures d'ouverture, quand les lumières sont éteintes ; un moment magique et privilégié. Les peintures et les sculptures connues sont là comme des êtres silencieux dans la nuit, dans le sommeil, mais physiquement présentes. Quand mes installations vidéo s'interrompent pour la nuit, il ne reste rien. Non seulement il n'y pas de mouvement ni de son, mais il n'y a plus d'images sur les murs – juste des pièces froides et vides. Aucune de ces œuvres d'art n'est présente, même de la plus infime manière. Ces œuvres ne dorment pas, elles sont mortes. La question devient alors : où s'en sont-elles allées ? (Viola, 1999)²²

Cette double identité rappelle en fait le livre ou la musique selon certains aspects, notamment l'opéra avec en amont un livret avec ses textes et partitions musicales, et en aval, une interprétation, mise en scène et exécution. Traditionnellement le musée est chargé de collectionner des objets précieux et rares, le plus souvent uniques. Mais les œuvres nouveaux médias sont souvent reproductibles et beaucoup d'artistes dans ce domaine sont fréquemment plutôt intéressés à les rendre accessibles que rares et difficiles d'accès. Dans ce contexte, ces œuvres rejoignent quelque peu le cas des livres ou des musiques en instance dans la bibliothèque ou dans la collection du musée (Dietz, 2005, p. 94). Viola fait une comparaison pertinente, un parallèle avec la musique. En effet, selon Viola, « l'exposition devient comme une performance ou une ré-création, une promulgation »²³. Il place ainsi les conservateurs dans le rôle d'« interprète » ou de « chef d'orchestre » de l'œuvre :

[...] En tant qu'outils de l'artisanat, les composants individuels de la technologie des médias sont davantage comme des instruments de musique que comme des outils. Ils sont prédéfinis avec un ensemble délibérément désigné de caractéristiques physiques et d'utilisations potentielles. Ils doivent être maîtrisés

²² "As professionals, my colleagues and I have had the experience of walking through the galleries after hours when the lights are off, a truly magical and privileged moment. The familiar paintings and sculptures are there like silent beings in the night, asleep but physically present. Shut down my video installations for the night, however, and nothing remains. Not only is there no movement or sound, there are also no images on the walls – only empty, cold rooms. No works of art are present, even in trace amounts. These pieces are not sleeping; they are dead. So the question becomes: where did they go?"

²³ "Exhibition becomes like a performance or re-creation, an enactment."

par l'artiste, comme le piano. Et comme le piano, ils doivent aussi être maintenus accordés. » (Viola, 1999, p. 89)²⁴.

Enfin la place et le statut de « contenu » de ces œuvres doit nécessairement se préciser et se définir au sein du musée. Comme Manovich l'a expliqué dans la citation précédente, ce contenu c'est non seulement les images « en dialogue avec d'autres images dans une culture », mais aussi un ensemble de données qui sont « écrites » en code vidéographique ou numérique. C'est-à-dire que ces œuvres demeurent dans un circuit reproductible comme avec la musique, le livre, ou tous les types de « document ».

Or, dans le domaine de l'art contemporain, même en dehors des œuvres nouveaux médias, la frontière entre le statut de document et celui d'œuvres devient peu à peu moins claire qu'auparavant. Dans le passé le document sur une œuvre d'art était quelque chose de supplémentaire et possédait de ce fait un statut secondaire par rapport à la place majeure accordée à l'œuvre d'art.

Mais, les pratiques de l'art conceptuel ont joué un rôle considérable dans ce changement de statut du document comme dans celui de l'œuvre d'art elle-même. En effet le document, dans le contexte de l'art conceptuel, se confond souvent avec l'œuvre elle-même, ou, autrement dit, l'œuvre peut être un document, comme dans le cas de *Four Geometric Figures in a Room* (1984), une peinture de Sol LeWitt, citée par Steve Dietz pour expliquer le statut peu évident du document dans l'œuvre d'art contemporain ;

Quatre figures géométriques (cercle, carré, trapèze, parallélogramme) dessinées avec une bande de quatre pouces de large (10cm) et de couleur jaune au lavis d'encre. Les zones de l'intérieur, avec les chiffres, sont de couleur bleu lavis d'encre, et dans les espaces extérieurs, les chiffres sont de couleur rouge, en lavis d'encre. De chaque côté des murs se situent des bandes de lavis d'encre d'Inde.²⁵ (Dietz, 2005).

²⁴ "As tools of artistic craft, the individual components of media technology are more like musical instruments than implements. They are predesigned with a deliberately defined set of physical characteristics and presumed uses. They must be mastered by the artist, like the piano. And like the piano, they must also be kept in tune."

²⁵ "Four geometric figures (circle, square, trapezoid, parallelogram) drawn with four-inch (10 cm) wide band of yellow color ink wash. The areas inside the figures are blue color ink wash, and the areas outside the figures are red color ink wash. On each side of the walls are bands of India ink wash."

Ainsi, ce qui est une « œuvre » dans ce travail de Sol LeWitt, ce n'est pas seulement un « objet » fini comme avec la peinture traditionnelle, mais également une idée que l'artiste développe comme un ensemble d'instructions destinées à l'exécution de l'œuvre, c'est-à-dire quelque chose qui devient une « information ». Théoriquement et selon Sol LeWitt, n'importe qui peut réaliser cette œuvre en suivant les prescriptions contenues dans le livret. En outre, il faut le souligner, lors de la réalisation, une marge d'erreur est tolérée par l'artiste. Encore une fois, ce cas rappelle singulièrement celui du livret d'opéra ou d'une symphonie, ou bien encore l'écriture de certaines pièces de théâtre.

Dietz souligne qu'effectivement le principe de l'art conceptuel ressemble beaucoup au mode de fonctionnement des œuvres nouveaux médias. Il cite une œuvre en ligne *The Stillman Project* (1998)²⁶ de Lisa Jevbratt comme un exemple, qui se présente comme un ensemble d'instructions semblables à celles du dessin de Sol LeWitt. Dans ces deux cas de figure le document sur l'œuvre est à la fois information sur l'œuvre et l'œuvre elle-même. La différence entre ces deux travaux artistiques porte sur le fait que cette pièce est « écrite » en Javascript, un des langages de programmation de scripts, principalement utilisé dans les pages web, et qu'elle nécessite un appareil spécifique, comme un vidéoprojecteur ou un ordinateur et un certain niveau de compétence technique pour le fonctionnement.

Enfin, cet aspect reproductible suppose un certain nombre de questions posées au milieu muséal, lequel a été longtemps engagé dans la logique de rareté et d'unicité. Les œuvres nouveaux médias sont théoriquement en édition illimitée, quel qu'elle soit l'intention des artistes. Même si pour les installations cela devient plus compliqué, au moins une partie est copiable. En effet, l'engagement d'une institution pour collectionner des vidéos des tout débuts voulait dire s'engager avec des œuvres qui sont conçues en opposition ou simplement indifférentes à des notions comme la collection, la durée infinie et le statut d'objet ; « [...] une œuvre qui est indifférente, ou conçue dans l'opposition aux

²⁶ Entretien avec Lisa Jevbratt : http://www.walkerart.org/gallery9/jevbratt/g9_jevbratt_interview.html (dernière consultation : le 9 septembre 2014)

valeurs de la collection, de la durée infinie et du statut d'objet »²⁷ » (Iles et Huldische, 2005, p. 65).

Avec ces œuvres qui existent dans deux espaces différents ; celui du contenu et celui du contenant, nous avons découvert qu'il y a une forte ressemblance avec des œuvres musicales et littéraires. Cette caractéristique révèle une identité ambiguë entre œuvre et document, ou encore entre original et copie. Finalement ceci nous conduit à réfléchir au rôle du musée à l'égard des œuvres nouveaux médias, voire contemporaines. Finalement le rôle du musée d'art, pour ces œuvres, devient quelque chose qui est proche de celui de la bibliothèque ou de la médiathèque. Autrement dit, ceci perturbe l'identité et le rôle du musée d'art traditionnel et implique une certaine adaptation à cette forme d'art innovant.

2.2. Les œuvres nouveaux médias, des objets physiques techniquement précaires

Comme nous l'avons vu, les deux aspects (contenu et contenant) de ces œuvres sont également importants dans les œuvres nouveaux médias. Quand nous parlons de leur nature éphémère, nous n'avons guère tendance à penser à leur matérialité, à leur constitution en tant qu'objets et/ou ensemble de matériels techniques. Pourtant il faut être bien conscient que quand ces œuvres activables entrent dans la collection du musée, elles sont toujours enregistrées sur un support physique, sous forme de DVD, ou de Beta-cam, ou de fichier numérique, ou de disque dur, soit encore sur d'autres supports d'enregistrement médiatique. Bien que dans la première partie, nous ayons déjà évoqué le statut d'objet des œuvres nouveaux média, examinons de plus près l'aspect des œuvres nouveaux médias en tant qu'objets.

Avec les quelques exemples que nous venons d'énumérer, ces œuvres reposent sur les supports de divers médias comme une bande vidéo ou sonore, un CD-Rom ou un DVD, un Beta-cam, etc., avec des formats différents selon le média, comme il en va de PAL ou de NTSC. Dans leur aspect physique, elles sont donc identiques à des supports de

²⁷ "[...] work that was indifferent, or conceived in opposition, to the values of collectability, immutability, and objecthood."

médias ordinaires du quotidien. Certes, il s'agit d'objets complexes au niveau technique qui nécessitent un minimum de connaissances en informatique et dans les technologies associées. Mais ce qui est le plus remarquable est que ces supports ont une durée de vie très courte par rapport aux matériaux traditionnels de l'art, comme la peinture à l'huile, le bois, le marbre ou le bronze.

Le problème s'est aggravé dans le cas d'œuvres historiques dans le domaine, c'est-à-dire lors des années 1960 ou 1970. Même s'il s'agit de décennies encore bien proches, les œuvres du premier temps de la vidéo se sont déjà beaucoup détériorées ou bien sont stockées sur des supports obsolètes et ne sont récupérables qu'à grands frais. La bande vidéo magnétique, par exemple, ne dure que quelques décennies, et beaucoup moins si les bandes sont exposées à certaines conditions de chaleur et d'humidité. Même quand elles sont conservées de façon adéquate - debout dans un endroit frais, sec, sans poussière - la détérioration ne peut qu'être retardée (Iles et Huldische, 2005, p. 74-75). Du coup, la question de la conservation et de la restauration devient quelque chose qui est plus étroitement liée à l'exposition. A ce sujet, Bill Viola a partagé son expérience de la frustration qu'il a vécue pendant la préparation de son exposition rétrospective au WMAA en 1997. Il s'est alors rendu compte que la plupart de les œuvres du début de sa carrière artistique ne pouvaient plus être « activées » en raison de leur dégradation matérielle ; « [...] Il est vite devenu évident que le projet d'exposition a été transformé en projet de restauration »²⁸ (Viola, 1999, p. 87).

En effet la nature physique des œuvres nouveaux médias est un défi aux notions traditionnelles de collection. Mais en réalité, cela n'est pas tellement différent pour certaines autres œuvres d'art contemporain dont fait partie, par exemple, l'installation dans sa dimension éphémère. Par exemple, *Le Carré de pollen* (1992), une installation de Wolfgang Laib, constituée d'un tapis de pollen de noisetier récolté durant des semaines par l'artiste lui-même, à proximité de son lieu de résidence (Jadot, 2000), ou celle du *The Physical Impossibility of Death in the Mind of Someone Living* (1991) de Damien Hirst, un vrai requin tigre de plus de 4 mètres, préservé dans une solution formaldéhyde dans un aquarium, ces deux exemples impliquent que ce sont ici des œuvres tout aussi difficiles à

²⁸ “[...] It soon became apparent that the exhibition project was becoming a restoration project”

conserver et à maintenir en leur état initial qu'un programme de jeu vidéo datant à peine de quelques décennies.

Mais dans les œuvres nouveaux médias, cela est encore plus compliqué qu'avec d'autres pratiques contemporaines. Car il y a encore un autre niveau de matérialité à prendre en compte, c'est-à-dire les équipements qui peuvent véhiculer et projeter l'œuvre, autrement dit le contenu du support d'enregistrement médiatique. Comme il s'agit d'un système codé, avec les œuvres nouveaux médias, nous avons toujours besoin d'un objet ou d'une machine intermédiaire, comme un projecteur ou son équivalent pour « activer » l'œuvre.

Le rôle de ce matériel technique dans l'existence de l'œuvre est donc très important et souvent cela est mentionné avec une grande précision dans une notice accompagnant l'œuvre. Tel est le cas pour *Five Angels for the Millenium* (2001)²⁹ de Bill Viola : 5 vidéoprojecteurs, 10 haut-parleurs, 5 bandes vidéo, 4/3, couleur, son stéréo, 7'45 à 13'10, salle au minimum de 23m x 13m³⁰. Ainsi parfois les artistes précisent même la marque et le modèle exact du projecteur afin d'éviter une modification de la projection qu'ils ont voulue à l'origine de la création d'une œuvre.

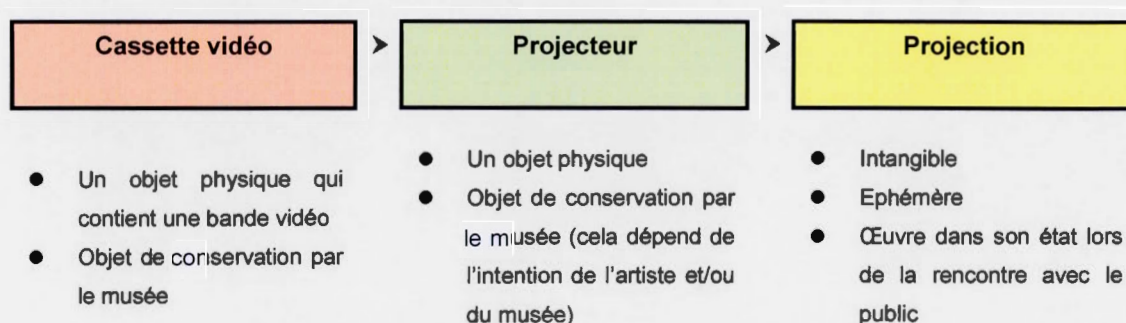


Fig. II-3 : Les différents aspects d'une œuvre nouveaux médias : exemple d'une bande vidéo

Outre la dégradation du support de l'œuvre même, nous devons faire attention à l'obsolescence technique de cet équipement. Les artistes, les musées et les collectionneurs

²⁹ Focus sur une œuvre, p. 199.

³⁰ <http://www.centrepompidou.fr/cpv/resource/c5e84ak/rd5ogL> (dernière consultation : le 9 septembre 2014).

sont tributaires du marché de l'équipement commercial et ils doivent porter une grande attention à son obsolescence technique. Les versions avancées ou les nouveautés de l'équipement multimédia et de la lecture sont, dans certains cas, mis sur le marché tous les quelques mois (Iles et Huldische, 2005, p. 74-75). Résultat : même si le support d'enregistrement est bien conservé, si le projecteur nécessaire ne fonctionne plus et ne se fabrique plus, nous ne sommes pas capables de rendre l'œuvre accessible au public et l'œuvre reste dans un état de quasi coma !

C'est le cas non seulement dans l'art vidéo, mais aussi pour le Net Art et cela est encore plus grave. Dietz a remarqué clairement cette évolution rapide qui devient une menace pour la conservation des œuvres dans ce domaine :

[...] Si la bande magnétique a une « demi-vie » d'environ 30 ans - le moment où elle commence à se détériorer de manière significative - la demi-vie des médias numériques- peut être de seulement quelques jours. En 2002, la durée de vie moyenne d'une page web était de seulement 74 jours. En outre, les logiciels qui accueillent de nombreuses nouvelles applications multimédias peuvent changer tous les 6 mois – sans pour autant être rétro-compatibles.³¹ (Dietz, 2005, p. 94)

Ainsi le cycle de vie du média numérique devient de plus en plus court avec l'évolution technologique et des langages de programmation des ordinateurs qui évoluent sans cesse avec un nouveau langage qui remplace l'ancien. Ainsi certaines œuvres ne peuvent plus fonctionner comme elles ont été conçues en raison de l'absence de plateforme initiale. Dietz donne un exemple de « 404 » de Jodi³², qui fonctionne toujours en ligne mais sans l'effet de clignotement des mots qui représentait celui d'un Time Square virtuel et de ce fait ne transmet plus la même expérience esthétique aux spectateurs (Dietz, 2005, p. 94).

Concernant les problématiques surgies en matière de collection de ces œuvres, non seulement les institutions directement concernées, mais aussi les laboratoires de

³¹ "If magnetic tape has a "half life" of approximately 30 years--the point at which it starts to significantly deteriorate--the half life of digital media can be days. In 2002, the average lifespan of a web page was just 74 days. In addition, the software that drives many new media applications might change every 6 months--and it is not always backwards compatible."

³² <http://404.jodi.org>

recherche, se sont formés pour collaborer afin d'établir des normes et des guidelines : par exemple, CRUMBS (Curatorial Resource for Upstart Media Bliss), EAI (Electronic Arts Intermix), *Variable Media Initiative* de musée Guggenheim, *Matters in Media Art*, etc.

Les artistes peuvent anticiper l'obsolescence de leur travail et s'attendre à ce qu'il disparaisse à terme. Cependant, beaucoup d'entre eux ont quelque espoir et s'attendent à ce que leurs œuvres perdurent. Le problème est que les artistes d'aujourd'hui utilisent de plus en plus les nouveaux matériaux et technologies qui ne sont pas forcément aisés à conserver, à préserver et à restaurer. Comme les établissements muséaux sont tenus de faire malgré cela tout ce qui est possible pour préserver leurs œuvres d'art éphémères, il est nécessaire de conduire une recherche à ce sujet.

Etant donné que ces œuvres engagent des équipements techniques propres aux médias, qui nécessitent des conditions inhabituelles de conservation par rapport aux autres types d'œuvres, plus traditionnels, une certaine compétence et/ou prise de conscience est nécessaire pour traiter ce genre d'œuvres et de questions de conservation en même temps que leur maintien en état de diffusion dans le cadre du musée. Et à travers l'examen de la réalité, comme Bill Viola a souligné, il est indispensable d'adopter une politique de copie quand il s'agit de la conservation des ces œuvres :

[...] Dans un monde où les conditions changent constamment et où de nouveaux systèmes remplacent les anciens (cauchemar du consommateur), où le matériel enregistré sur des formats plus anciens n'est plus susceptible d'être utilisé ou récupéré (le cauchemar du conservateur), la clé de la survie semble être dans un cycle sans fin de reproduction – la copie en tant que conservation.³³ (Viola, 1999, p. 90-91)

Donc même si une œuvre est acquise dans une collection, ce qui s'ensuit quant à sa survie n'est pas très simple. Comme il s'agit d'un objet très fragile, d'usure rapide, rapidement obsolète par rapport à la technique propre à chaque époque, celle-ci marquée

³³ "In a world where the conditions are constantly changing as new systems replace the old (the consumer's nightmare), where material recorded on older formats may not be able to be playable or recovered (the conservator's nightmare), the key to survival seems to lie with an endless cycle of reproduction—copying as conservation."

par une succession d'innovations technologiques, les institutions sont obligées de continuer de produire des copies, bien évidemment avec l'accord avec les artistes.

Le problème est que la notion de « copie » a été logiquement associée, malgré l'évolution du musée, dans le monde de l'art, au statut de quelque chose de secondaire, ceci plutôt dans un sens péjoratif dans ce contexte muséal. Ce qui était digne d'être au premier rang dans la collection du musée était l'œuvre originale, authentique, unique et rare. Le même problème a surgi dans l'art conceptuel, comme nous l'avons vu plus haut. Pourtant le décalage semble ici plus important que celui existant avec l'art conceptuel.

Alors comment justifier l'acquisition d'un objet à la durée de vie particulièrement limitée ? Quand une institution fait l'achat d'une œuvre nouveau média, par exemple une installation vidéo, qu'est-ce qui est réellement acquis? Sans ou avec équipements spécifiques comme le lecteur ou le projecteur vidéographiques ? En quel format ; en DVD ou Beta Cam ou encore d'autres? Nous allons examiner toutes ces questions par une étude de cas et de pratiques.

CHAPITRE 6.

Actes de patrimonialisation des nouveaux médias dans le musée d'art

Après l'examen mené au sujet du rapport que les œuvres nouveaux médias ont entretenu avec le musée, ce chapitre propose une étude de cas sur les pratiques de la médiation primaire, c'est-à-dire sur les actes de patrimonialisation des œuvres nouveaux médias dans le musée d'art contemporain. Plus précisément, nous étudierons les actes de patrimonialisation de ces œuvres en termes d'organisation au sein de la collection générale, ceci en termes d'intitulé que chaque musée a adopté pour désigner les œuvres concernées, et compte tenu, également, des stratégies muséales de conservation et de restauration. En résumé, ce chapitre cherche à découvrir, à travers une étude de cas, comment ces œuvres sont reçues par les interlocuteurs et acteurs primaires avant d'être transmises au public.

En raison des difficultés d'identification et de délimitation théorique de ces œuvres que nous avons identifiées à travers les analyses de leur déploiement historique au musée, en raison également de leurs propriétés et natures physiques, chaque institution semble pratiquer, par rapport aux autres institutions, une médiation primaire particulière appliquée à ces œuvres. Ainsi chacune des institutions développerait sa propre stratégie et ses propres définitions en ce domaine. Dans ce chapitre, nous tentons de décrire les pratiques de quatre institutions à l'égard des œuvres nouveaux médias : le Centre Pompidou, le Whitney Museum of American Art, le Musée d'art contemporain de Montréal et le ZKM de Karlsruhe, en Allemagne, lieux choisis en prenant notamment en considération leur contexte géoculturel. Ce travail nous permettra de repérer davantage de variétés de pratiques muséales dans le domaine de ce type d'œuvres et son résultat va mettre en évidence les problèmes rencontrés réellement sur le terrain de la pratique mise en œuvre par le musée avec les œuvres nouveaux médias et leur stratégie d'adaptation à leur égard.

1. Méthodologie : choix des institutions en tant qu'objets d'études

1.1. Repérage des institutions concernées par les œuvres nouveaux médias

Afin de choisir un terrain de recherche pertinent concernant la réalité des pratiques de médiation dans le domaine muséal, nous avons effectué un repérage des institutions qui pratiquent certaines médiations pour ces œuvres, en d'autres termes, qui exposent et/ou collectionnent les œuvres nouveaux médias (Tab.II-1). Pour ce travail, nous avons d'abord repéré des institutions muséales dans le domaine de l'art contemporain, puis regardé la pratique et l'organisation de leur collection par rapport aux œuvres nouveaux médias. Même s'il n'a pas été effectué avec pour but d'établir une liste exclusive des institutions qui collectionnent et exposent des œuvres nouveaux médias dans le monde, ce travail, basé sur la consultation des documents institutionnels comme les catalogues de collection, les sites Internet ou les rapports d'activités des institutions, nous a comme naturellement permis une recherche lexicale des appellations employées par les institutions concernées. Le résultat montre clairement qu'il n'y a pas de consensus terminologique dans le domaine muséal, et ceci correspond au résultat de notre recherche de définition de cette forme d'art, dans la première partie.

A travers ce travail de repérage, nous constatons qu'en France, comme nous l'avons vu dans la première partie, l'appellation « Nouveaux Médias » est largement employée, elle s'est répandue et uniformisée avec le travail du *Videomuseum* (www.videomuseum.fr). Il s'agit d'un réseau des collections publiques d'art moderne et contemporain en France, qui offre une plateforme de classification des collections par défaut (Navigart, un logiciel d'interrogations multicritères)³⁴.

Par contre, hors France, notamment dans les pays anglo-saxons, comme aux États-Unis par exemple, les expressions utilisées prennent appui sur les caractéristiques de ces œuvres, plutôt qu'en relation avec les médias eux-mêmes en tant qu'objets physiques, comme « media art », « time-based art », « motion and sound-based work », appellations qui sont fréquemment employées pour décrire cet art.

³⁴ A part le logiciel *Navigart*, *GCOLL*, il y a un logiciel de documentation et de gestion pour chaque collection, *MMA*, et un logiciel de gestion des médias numériques, sont employés pour l'ensemble du réseau Videomuseum : <http://www.videomuseum.fr/IMG/pdf/PlaqueetteFR-2.pdf> (consulté le 8 février 2014).

| Intitulé de l'institution (lieu) | Type | Collection | Département spécifique | Mot englobant | Mots utilisés | Mode de présentation / diffusion | Dispositifs de médiation spécifique |
|---|-----------------------|------------|------------------------|--------------------------------|--|--|-------------------------------------|
| Centre Pompidou-MNAM/Cci (Paris, France) | Musée | O | O | Nouveaux Médias | Vidéo, œuvre sonore, installation audiovisuelle, site Internet, CD/DVD-Rom, film | Exposition, séance de projection, Edition en CD/DVD-Rom, mis en place sur Internet | Vidéo et après, Espace NxM et film |
| MAMVP (Paris, France) | Musée | O | X | ---- | Vidéo, cinéma | Exposition, séance de projection | Salle Noire |
| Le plateau (Paris, France) | FRAC | O | X | Nouveaux Médias (Video museum) | Vidéo, nouveaux médias | Exposition, séance de projection | L'antenne |
| Palais de Tokyo (Paris, France) | Centre d'art | X | X | ---- | Vidéo, film, installation vidéo | Exposition, séance de projection | ---- |
| Le Cube (Issy les Moulineaux, France) | Centre d'art | X | X | Création numérique | Vidéo, son, multimédia, etc. | Exposition, séance de projection, festival | Les Scènes numériques |
| MAC / VAL (Vitry sur Seine, France) | Musée | O | X | N/A | Vidéo, cinéma | Exposition, séance de projection | Le vidéo club |
| Centre des arts d'Enghien-les-Bains (France) | Centre d'art | X | X | N/A | Art numérique, écritures numériques | Exposition, séance de projection | Le festival Bain numérique |
| Les Abattoirs (Toulouse, France) | Musée | O | X | Nouveaux Médias (Video museum) | Nouveaux Médias (Videomuseum) | Exposition, séance de projection | --- |
| The MoMA, (New York, Etats-Unis) | Musée | O | O | Media and performance art | Media, time-based art, motion and sound-based work | Exposition, séance de projection | ---- |
| SF MoMA (San Francisco, Etats-Unis) | Musée | O | O | Media arts | Video installation, Digital Media, etc. | Exposition, séance de projection | ---- |
| Whitney Museum of American Art (NY, Etats-Unis) | Musée | O | O | Film and Video, New Media | Film, video, Net Art, new media, digital arts, etc. | Exposition, séance de projection, biennale | Film & Video Gallery, Artport |
| Walker Art Center (Minneapolis, Etats-unis) | Musée et centre d'art | O | O | ---- | Film and Video, New Media Initiatives | Exposition, séance de projection | Gallery 9 |
| Musée d'art contemporain de Montréal | Musée | O | X | ---- | Vidéo, Nouveaux Médias, création multimédia, art sonore, art numérique | Exposition, séance de projection | Série Projection (salle BWR) |
| Tate Modern (Londres, Angleterre) | Musée | O | X | Time-based Media | Video, time-based media, mixed media, etc. | Exposition, séance de projection | ---- |
| ZKM (Karlsruhe, Allemagne) | Musée et centre d'art | O | O | Mediakunst | Interactive Media Art, Visual media, Video and Audio | Exposition, séance de projection | Media Lounge |
| Art Center Nabi (Séoul, Corée du Sud) | Centre d'art | O | O | Media art | Video art, site-Web, CD/DVD-Rom, film, etc. | Exposition, séance de projection | Digital library |
| ICC (Tokyo, Japon) | Centre d'art | O | O | Video, media art works | Video, media art works | Exposition, séance de projection | ---- |

Tab. II-1 : Grille d'analyse des institutions muséales concernant les œuvres nouveaux médias

1.2. Justifications et critères du choix du terrain de recherche

A partir de ce travail global de repérage, nous avons décidé d'effectuer notre recherche sur le cas du Centre Pompidou-Musée national d'art moderne / Centre de création industrielle. Une telle étude de cas peut montrer les pratiques de médiation muséale au niveau le plus pragmatique. Le Centre Pompidou a été choisi, parce que c'est une des rares institutions qui ont accompagné les œuvres en question dès leur apparition et dont nous pouvons supposer pouvoir suivre une évolution historique de pratiques muséales dans ce domaine. Cette institution possède également une des plus importantes collections d'œuvres nouveaux médias au niveau quantitatif et qualitatif, ceci à l'échelle internationale. Enfin elle pratique plusieurs modalités de présentation des œuvres nouveaux médias qui vont offrir une certaine matière à nos analyses. Donc ce choix se justifie au niveau de sa validité instrumentale pour la recherche.

Ce cas principal du Centre Pompidou sera analysé en rapport avec celui du Musée d'art contemporain de Montréal, avec, aussi, celui du Whitney Museum of American Art et enfin avec celui du ZKM de Karlsruhe, en Allemagne (Tab. II-2). Ce travail sur trois terrains secondaires sera effectué avec pour but d'enrichir l'analyse de notre terrain principal et de mieux le situer dans le contexte d'un domaine qui a des caractéristiques extrêmement variées et pratiquement indicibles en quelques mots, ceci malgré la définition donnée à travers l'examen doctoral.

Pour ce choix des institutions, nous avons appliqué trois critères.

1) Présence d'une collection et de pratiques variées de présentation pour ces œuvres.

En effet avec cette recherche il s'agira aussi d'étudier la médiation primaire, une étape de la médiation muséale située avant la présentation des œuvres. Nous avons essayé de choisir des institutions dont la collection a plus de 10 ans d'existence, compte tenu du fait que le début des années 90 a été le moment phare d'un important renouveau pour les œuvres nouveaux médias.

2) Présence d'un lien avec d'autres types d'œuvres d'art contemporain.

Les hypothèses de recherche examinent certes les différences par rapport aux autres types d'œuvres, mais avant tout il s'agit d'examiner la réception et la médiation des nouveaux médias en tant qu'œuvres d'art. Nous retenons donc des institutions qui accueillent simultanément des œuvres nouveaux médias et d'autres types d'œuvres contemporaines, avec des terrains qui nous offrent certaines situations de communication qui permettent de vérifier nos hypothèses.

3) Faisabilité

Nous avons pris en compte, d'une part, la faisabilité de la recherche au niveau de l'accessibilité pour effectuer l'analyse dans l'institution, d'autre part, l'accès aux informations internes et la possibilité d'intervention au sein de l'institution. En même temps notre choix correspond au fait que cet art a vu principalement le jour en Europe et en Amérique du nord, deux pôles témoignant de différences remarquables dans l'usage du concept d'œuvres nouveaux médias.

Cependant il ne s'agit pas de comparer ces institutions dans un but évaluatif. C'est pour cela que la taille des institutions varie ainsi. Il s'agit de faire une analyse de pratiques muséales différentes pour ce type d'œuvres. Donc ces trois terrains secondaires ne seront pas traités de la même manière ni au même niveau. Cette analyse du terrain principal en rapport avec les terrains secondaires s'effectue à la fois, afin de garder une colonne vertébrale à la recherche et afin de rendre compte de la réalité d'un domaine qui échappe facilement au cadre déterminé.

1.3. Description sommaire des institutions

1.3.1. Centre Pompidou-Musée national d'art moderne/Centre de création industrielle

Inauguré en 1977 et créé selon la volonté du Président Georges Pompidou, le Centre national d'art et de culture Georges Pompidou-Musée national d'art moderne / Centre de création industrielle est une institution publique, plus précisément un établissement public

à caractère administratif (EPA³⁵) placé sous les tutelles des ministres chargés de la culture et du budget. Entièrement voué à la création moderne et contemporaine, il n'est pas un simple musée traditionnel d'art mais un nouveau type de lieu en tant que centre culturel pluridisciplinaire où les arts plastiques voisinent avec le théâtre, la musique, le cinéma, les livres, les activités de parole, etc. Il y a eu pour créer ce centre, le regroupement du MNAM (Musée national d'art moderne) et du CCI (Centre de créations industrielles) en un département unique, suite à un décret de 1992. Ce Mnam/Cci est la composante centrale du CNAC-GP (Centre national d'art et de culture Georges Pompidou). Il cohabite actuellement avec la BPI (Bibliothèque publique d'informations) et l'IRCAM (Institut de Recherche et Coordination Acoustique/Musique). Donc au niveau théorique, l'intitulé « Centre Pompidou » désigne un ensemble de trois entités³⁶. Mais dans la présente recherche, même si nous étudions le cas du musée national d'art moderne/centre de création industrielle, pour faciliter la distinction avec les autres terrains-institutions, nous utiliserons l'intitulé « le Centre Pompidou » tout au long de la thèse.

Malgré cette particularité structurelle, comme tous les autres musées, il respecte les missions principales du musée. Elles peuvent être résumées en trois points :

-Premièrement, d'inventorier, de conserver, de restaurer, d'enrichir, de présenter au public et de mettre en valeur les collections d'œuvres d'art dont le Centre national d'art et de culture Georges-Pompidou a la garde, dans les domaines des arts plastiques, des arts graphiques, de la photographie, du cinéma expérimental, de la vidéo, des nouveaux médias, de la création industrielle, du design et de l'architecture depuis le début du XXe siècle ; ces collections comprennent également les fonds documentaires et les archives qui les concernent ;

-Deuxièmement, de présenter au public, en tous lieux, toute manifestation visant à diffuser et à approfondir la connaissance de l'art depuis le début du XXe siècle ;

-Troisièmement, de favoriser la création contemporaine sous toutes ses formes³⁷.

³⁵ EPA : Établissement public à caractère administratif

³⁶ Organigramme du Centre Pompidou :

<http://www.centrepompidou.fr/media/imp/M5050/CPV/93/82/M5050-CPV-896bbb54-9db0-4a02-9382-4a5b45394365.pdf> (consulté le 8 février 2014).

³⁷ <http://www.centrepompidou.fr/fr/Le-Centre-Pompidou#603> (consulté le 8 février 2014).

Du côté du Mnam/Cci, la conservation des collections d'arts plastiques s'organise en huit services : collections modernes ; collections contemporaines ; création contemporaine et prospective ; arts graphiques, photographie ; cinéma expérimental, nouveaux médias ; restauration des œuvres, puis le centre de création industrielle comprend les services d'architecture, de design et de prospective industrielle. D'autre part le service de la Bibliothèque Kandinsky – centre de documentation et de recherche du Mnam/Cci, équipé d'une salle de lecture, ouvre ses portes aux chercheurs en histoire de l'art du XXème siècle. Enfin il y a le service des Collections, placé sous l'autorité conjointe de la direction de la production, en tant que service indépendant et transversal qui s'occupe des projets d'exposition et d'accrochage³⁸. La collection globale du Centre Pompidou recèle actuellement 100 590 œuvres de 6 411 artistes (consultation du site officiel le 8 février 2014).

1.3.2. Whitney Museum of American Art (WMAA)

Fondé en 1930 et ouvert au public en 1931 à l'initiative de Madame Gertrude Vanderbilt Whitney, une collectionneuse et artiste-sculpteur, le Whitney Museum of American Art (WMAA pour l'usage) est un musée privé et non-lucratif qui est dédié aux créations artistiques des artistes américains contemporains, le premier dans ce domaine. Au début du XXe siècle, les artistes d'avant-garde ne pouvaient pratiquement ni exposer ni vendre leur travail aux États-Unis. Reconnaisant les obstacles rencontrés par ces artistes, Mme Whitney a commencé à acheter et à montrer leur travail, devenant ainsi le premier mécène de l'art américain, de 1907 jusqu'à sa mort en 1942³⁹.

A part ses activités de collection, d'exposition et d'éducation autour de l'art contemporain aux États-Unis, le WMAA a un dispositif d'expositions régulières en relation avec la Biennale du Whitney, une exposition (sur invitation) d'œuvres réalisées dans les deux années précédentes, biennale qui a été initiée par Madame Whitney en 1932.

³⁸ A noter qu'une partie du personnel du service restauration des œuvres et du service des collections, exerce ses missions au sein des réserves, localisées en dehors du bâtiment principal du Centre Pompidou.

³⁹ <http://whitney.org/About/History>

C'est la seule opportunité d'exposition, aux Etats Unis, qui rend compte, au présent, de l'évolution de l'art américain.

Dans le département de la conservation [Curatorial], il y a un conservateur en chef et sept conservateurs permanents pour la peinture, le dessin, la photographie, la gravure, la sculpture, le Film & la Vidéo et deux conservateurs associés pour la performance et les nouveaux médias. Le WMAA engage des « conservateurs associés » [adjunct curators] pour promouvoir des domaines innovants qui ne font initialement pas partie des départements du musée. Ceci constitue un exemple de gestion souple de collection institutionnelle.

Cette collection est l'une des plus importantes concernant l'art américain du 20^{ème} siècle et elle couvre, avec ses expositions, l'éventail des œuvres des artistes américains de l'époque moderne et contemporaine, du début 20^{ème} siècle à aujourd'hui. A l'ouverture il y avait déjà 600 œuvres dans la collection, et elle comportait 1 300 œuvres lors du premier déménagement musée en 1954, 2 000 lors du deuxième déménagement vers le site actuel en 1966. Aujourd'hui elle comporte environ 19 000 œuvres⁴⁰.

1.3.3. ZKM (Zentrum für Kunst und Medientechnologie)

Le ZKM (Zentrum für Kunst und Medientechnologie : Centre pour l'art et la technologie médiatique) est une institution publique installée à Karlsruhe en Allemagne, spécialisée dans l'art contemporain, mais avant tout dans l'art et la culture des médias et les technologies. Ce centre d'art exerce non seulement les activités traditionnelles du musée comme la collection et l'exposition, mais aussi d'autres activités plus diverses comme sont la production, la recherche, la manifestation, la coordination et la documentation.

Il a été fondé en 1989 à l'initiative d'universitaires, de chercheurs et de politiques locaux, sur la base d'un travail de réflexion cherchant à regrouper et à représenter l'art et les nouveaux médias, en théorie et en pratique, à Karlsruhe. En 1997, les instituts et les bureaux du centre qui étaient dispersés dans cette ville ont été rassemblés dans une

⁴⁰ <http://whitney.org/Collection>

ancienne usine de munitions, un site industriel historique. Deux ans après cette réunion, le musée d'art contemporain s'est ouvert en tant que musée autonome, alors qu'il avait été intégré au musée des médias depuis l'ouverture. En 1989, à l'ouverture de l'institution, le musée des médias a été réparti en une organisation sur 3 étages : musée d'art contemporain (rez-de-chaussée), musée des médias (1^{er} étage), et galerie de jeux vidéo (2^{ème} étage). En 1999, le musée d'art contemporain a été refondé en tant que musée autonome et a déménagé à l'autre bout du bâtiment avec une partie de la collection (les œuvres non-médiatiques comme des peintures et des sculptures) et une autonomie effective. Depuis le début de leur histoire, le lien entre l'art et les technologies a été privilégié et il ne s'agissait surtout pas d'isoler cette dernière tendance de la création artistique du courant majeur de l'histoire de l'art.

Plusieurs entités constituent le ZKM : trois instituts de recherche (institut des médias visuels, institut de musique et d'acoustique, institut des médias, de la formation et de l'économie), 2 musées (musée des médias et musée d'art contemporain), 1 médiathèque et 1 laboratoire pour les systèmes anciens de vidéo, ce dernier est unique en Europe en ce domaine⁴¹. Ces entités n'ont été créées ni en même temps, ni dans un même lieu mais à l'heure actuelle elles sont réunies en un même espace architectural et constituent le ZKM⁴². Actuellement la collection globale du ZKM comporte 600 bandes vidéo et 13 650 bandes sonores, 120 installations interactives, 100 archives de médias mixtes, 1 500 œuvres non-médiatiques⁴³.

1.3.4. Musée d'art contemporain de Montréal (MACM)

Première institution, au Canada, vouée exclusivement à l'art contemporain, le Musée d'art contemporain de Montréal (MACM pour l'usage) est une société d'État subventionnée par le ministère de la Culture et des Communications du Québec et bénéficie de la

⁴¹ Plus d'informations dans le dossier de presse du ZKM.

http://container.zkm.de/presse/140221_Pressemappe_Allgemein_E.pdf (dernière consultation: le 11/09/2014).

⁴² Organigramme du ZKM, <http://onl.zkm.de/zkm/e/uebersicht> (dernière consultation : le 15/02/2014)

⁴³ Annexe VII. Entretien avec Christiane Riedel, Tome II, p. 61-68 ; Annexe VI. Entretien avec Claudia Gehrig, Tome II, p. 52-60.

participation financière du Patrimoine canadien et du Conseil des Arts du Canada. Il a été fondé par le gouvernement du Québec en 1964, à la demande d'artistes et de collectionneurs qui souhaitaient qu'une institution soit chargée de constituer une collection d'œuvres contemporaines d'artistes de Montréal, du Québec, du Canada et de l'étranger⁴⁴.

Le MACM s'est ouvert au public en mars 1965 dans des locaux temporaires, Place Ville-Marie. Puis, de 1965 à 1968, au Château Dufresne. En 1968, le Musée déménage dans la Galerie d'art international d'Expo 67, à la Cité du Havre. En 1983, le Musée est constitué en société d'État et le mandat institutionnel est énoncé comme suit : « Le Musée a pour fonctions de faire connaître, de promouvoir, de conserver l'art québécois contemporain et d'assurer une présence de l'art contemporain international par des acquisitions, des expositions et d'autres activités. ». Donc le Musée offre une programmation variée comportant d'une part la présentation de sa collection permanente et d'autre part des expositions temporaires d'œuvres d'artistes québécois, canadiens ou internationaux.⁴⁵

La collection permanente regroupe près de 7600 œuvres, réalisées par plus de 1500 artistes parmi lesquels 1 200 sont vivants. Elle se partage en trois orientations : l'art contemporain du Québec, celui du Canada, puis celui du niveau international⁴⁶. Soutenu par son service d'éducation et de documentation, le Musée propose de nombreuses activités éducatives qui familiarisent le grand public avec l'art contemporain. De plus, le Musée présente de nombreuses créations multimédias : performance, musique actuelle, vidéo et cinéma ; ce travail sera détaillé dans le chapitre suivant.

A travers la description sommaire des institutions choisies pour l'étude de cas, nous voyons que chaque institution muséale s'est constituée dans un contexte géoculturel différent en développant une organisation propre à son histoire. Le Centre Pompidou est un nouveau type du musée ou un centre d'art et de culture pluridisciplinaire voué à la création moderne et contemporaine ; le WMAA est un musée dédié à la création des artistes américains depuis le début du XXe siècle qui gère la « Whitney Biennale », un

⁴⁴ <http://www.macm.org/le-musee/historique/>

⁴⁵ Idem.

⁴⁶ <http://www.macm.org/collection/la-collection/>

dispositif mis en place tous les deux ans pour la présentation des œuvres ; le ZKM est un centre d'art entièrement voué aux œuvres nouveaux médias qui collabore avec des universités et des laboratoires pour l'enrichissement du domaine ; enfin le MACM est un musée d'art contemporain mettant l'accent sur l'art québécois et canadien, avec cependant un réel intérêt pour l'art contemporain international. Nous allons maintenant découvrir leurs spécificités de gestion de leurs collections d'œuvres qu'on appelle « nouveaux médias », ceci afin de savoir comment ils nomment celles-ci, comment ils en organisent la collection et enfin comment ils les « patrimonialisent » dans leur pratique professionnelle en tant que musées.

| Terrain principal | | Terrains secondaires | |
|------------------------------------|---|---|--|
| Statut | | Musée d'art contemporain de Montréal | Whitney Museum of American Art |
| Intitulé complet d'institution | Centre Pompidou-Musée national d'art moderne/ Centre de création industrielle | MACM | ZKM |
| Abbréviation | CP-MNAM/CCI | | WMAA |
| Adresse | Place Georges Pompidou 75004 Paris, France Adresse postale : Centre Pompidou 75191 Paris Cedex 04 | 185, rue Sainte-Catherine Ouest Montréal, Québec H2X 3X5, Canada | 945 Madison Ave. at 75th St. New York, NY 10021, U.S.A. |
| Horaire d'ouverture | Tous les jours, sauf mardi et le 1 ^{er} mai 11h - 22h | Ouvert du mardi au dimanche de 11 h à 18 h et le mercredi de 11 h à 21 h | WED, THUS, SAT, SUN: 11 am-6 pm FRI: 1 pm-9 pm |
| Type d'institution | Centre d'art qui comporte un musée d'art (Mnam/Cci et 3 entités: BPI (Bibliothèque publique d'information), IRCAM (Institut de recherche et de coordination acoustique/musique) | Musée d'art | Musée d'art |
| Année d'ouverture | 1969 (1977) | 1964 (1983) | 1931 |
| Statut de l'institution | Public (BPA: établissement public à caractère administratif) | Public (société d'état du Québec) | Privé |
| Epoque des œuvres concernées | Moderne et contemporaine | Moderne et contemporaine | Moderne et contemporaine |
| Organisation des collections | <p>Conservation des collections arts plastiques</p> <ul style="list-style-type: none"> Service des collections modernes Service des collections contemporaines Service de la création contemporaine et prospective Cabinet d'art graphique Service du cinéma expérimental Service des nouveaux médias Service de la restauration <p>Création industrielle</p> <ul style="list-style-type: none"> Service architecture / Service design / Service prospective industrielle <p>Bibliothèque Kandinsky</p> <ul style="list-style-type: none"> Secteur des collections imprimées et audiovisuelles / Secteur des archives et de la documentation / Pôle service au public | <p>Direction artistique et éducatrice</p> <p>Archives des collections</p> <p>Conservation</p> <ul style="list-style-type: none"> Responsable de la Collection Conservateurs Conservateur adjoint Adjointe à la conservation Responsable des expositions itinérantes Responsable des créations multimédias Art contemporain québécois Art contemporain canadien Art contemporain international | <p>CURATORIAL: Curators organize exhibitions and write accompanying catalogues and/or brochures. The chief curator and seven curators oversee a collection of over 18,000 works of paintings, sculpture, prints, drawings, photographs and film & video. There are also two adjunct curators, including new media arts and performance.</p> |
| Dimension de la collection globale | 100 428 œuvres de 6 405 artistes (statistique Navigart 20/01/2014) | 7 797 œuvres (rapport annuel 2012/2013) | Plus de 19,000 œuvres de 2 900 artistes (site Internet consulté 05/02/2014) |
| Site Web | www.centrepompidou.fr | www.mnam.org | whitney.org |

Tab. II-2 : Terrain principal et secondaire de recherche : informations générales

2. La médiation primaire pour les œuvres nouveaux médias dans l'institution muséale : étude de cas

Dans cette section, nous verrons précisément les pratiques de la médiation primaire pour les œuvres nouveaux médias selon les cas de figure des quatre institutions choisies : le Centre Pompidou, le WMAA, le ZKM et le MACM. Dans un premier temps, nous examinerons la spécificité de la collection évoluant selon la propre histoire de chacune de ces institutions, notamment en ce qui concerne l'évolution de l'organisation, de l'intitulé, de la nature de la collection. Ensuite nous verrons les modalités et les modes d'acquisition, de même que les stratégies de conservation et de restauration de ces œuvres dans le contexte de chacune de ces institutions, en rapport avec les particularités, antérieurement abordées, des œuvres nouveaux médias.

Pour cette étude, nous exploitons les informations institutionnelles disponibles et répertoriées, de même que les catalogues de collections et d'exposition. En outre, nous effectuons également des entretiens approfondis avec les responsables de chaque institution pour mieux comprendre l'évolution et le fonctionnement des pratiques muséales pour les œuvres concernées. A travers ce repérage des pratiques muséales, nous visons à dégager ce qui est singulier dans le travail de médiation primaire pour les œuvres nouveaux médias, laquelle sert de base à la médiation secondaire, c'est-à-dire l'étape suivante de médiation muséale.

2.1. Spécificité de la collection des œuvres concernées dans les institutions : histoire, appellation, organisation, nature du contenu

2.2.1. Le Service « Nouveaux Médias » du Centre Pompidou

Depuis qu'il a commencé à acquérir ce type d'œuvres inscrites sur un support nouveau pour l'art, il y a presque 30 ans, le Centre Pompidou a constitué l'une des collections d'œuvres les plus importantes dans ce domaine, au monde, et à la fois au plan quantitatif

et au plan qualitatif, avec des choix très divers et ouverts. A l'époque où a commencé cette collection, il n'y avait pas encore beaucoup d'institutions intéressées par les œuvres de ce type, le rôle du Centre Pompidou a donc été pionnier et innovateur.

Plus précisément, l'acquisition des œuvres sur support filmique ou vidéo a commencé au Centre Pompidou à partir de 1976⁴⁷ et elle s'est orientée dès le début vers deux axes : des installations (vidéo ou à dispositif multimédia) et des bandes vidéo en tous genres. En 1976, de nombreuses bandes et installations furent acquises parmi lesquelles se trouvent des œuvres d'artistes majeurs tels que *Present Continuous Past(s)* (1974) de Dan Graham, *Rates of Exchange* (1975) d'Alan Kaprow, et *Four Songs* (1976) de Bill Viola.

Même si la première œuvre acquise a été celle de Dan Graham, l'œuvre la plus anciennement créée faisant partie de la collection est celle de Nam June Paik, *Moon is the Oldest TV* (1965), une installation qui a été acquise en 1985. Suite à cette acquisition, des œuvres historiques des premiers temps de la vidéo ont été successivement acquises, comme par exemple *Identité maintenant, vous êtes un Martial Raysse* (1967) de Martial Raysse, *Going Around the Corner Piece* (1970) de Bruce Nauman, *Remote Control* (1971) de Vito Acconci, *Interface* (1972) de Peter Campus et *Video Fish* (1979) de Nam June Paik.

La collection comporte des œuvres historiques et contemporaines d'artistes de différentes nationalités qui témoignent du parcours historique et présentent des œuvres nouveaux médias réalisées par ces plasticiens. Elle est constituée actuellement d'environ 2000 œuvres⁴⁸ : dont plus de 120 installations, de plus de 1 600 multiples (bandes vidéo, cédéroms, sites internet) et d'environ 100 bandes sonores, toutes réalisées par des artistes plasticiens, datées de 1963 à aujourd'hui⁴⁹. Ceci représente en tout à peu près 2 pour cent de la collection globale du Centre Pompidou qui rassemble au total près de 100 590

⁴⁷ VAN ASSCHE, Christine (sous la direction de), *Vidéo et après : La collection du musée d'art moderne*, cat. coll., Paris : édition Carré et Centre Pompidou, 1992.

⁴⁸ Selon l'information donnée par l'institution, 1 998 œuvres sont classées dans la catégorie Nouveaux Médias parmi les 100 590 œuvres de la collection générale. *La collection du musée national d'art moderne*, catalogue en ligne. <http://collection.centrepompidou.fr/Navigart/index.php?db=minter&qs=1> (dernière consultation : le 10/09/2014).

⁴⁹ *Collection Nouveaux Médias : vidéos, cédéroms et œuvres sonores d'artistes, installations vidéo, sonores et multimédias*, Centre Pompidou-Musée national d'art moderne, catalogue de collection, 2010. <http://mediation.centrepompidou.fr/pdf/collectionNM.pdf> (dernière consultation : le 10/09/2014).

œuvres. La dimension de cette collection est donc de premier rang au niveau mondial, comparée à celle du MoMA ou à celle du musée de San Francisco. Par ailleurs, le Centre Pompidou conduit une politique de diffusion des œuvres nouveaux médias beaucoup plus active que le MoMA ou le SFMoMA où toutes les œuvres ne sont pas mises à la disposition du public. Cette question qui concerne la médiation secondaire sera reprise dans la troisième partie.

Lors de sa création, fin 1970 et tout au long des années 1980, l'appellation de ce service était : Service « Vidéo »⁵⁰. Entre temps, d'autres types d'œuvres sont entrés dans la collection : par exemple, le CD-ROM depuis des années 1990, les sites Internet depuis des années 2000. Enfin l'arrivée des « nouveaux » médias a rendu la collection peu à peu plus hétérogène et c'est la raison pour laquelle cet intitulé, le Service « Vidéo » a été finalement remplacé par celui de service « Nouveaux Médias », au sujet duquel Christiane Van Assche, la conservatrice en chef (sortante) du service Nouveaux Média a expliqué le choix terminologique⁵¹. Cette appellation ouverte, malgré quelques questions toujours en suspens, sur la notion de « nouveaux », peut ainsi inclure toutes les sortes de nouveaux médias qui ne sont pas encore apparus. En effet, l'évolution technologique est extrêmement rapide et il faut, par exemple, se rendre compte qu'il fut un temps, pas si lointain, où la vidéo et la télévision étaient considérées réellement comme des nouveaux médias (Van Assche, 2006).

Or, cet aspect évolutif de la collection transparaît également dans les intitulés de catalogues de la collection : *Vidéo et après : la collection vidéo du MNAM* (1992) et de *Collection nouveaux médias : installations* (2006). Les publications de tels catalogues font partie du travail de médiation primaire, car elles contribuent à l'acte de patrimonialisation des œuvres nouveaux médias. Elles contribuent également à la réception de celles-ci par le public, en suggérant, à travers un choix terminologique, un concept permettant de se les représenter en tant que catégorie muséale et artistique.

Tandis que le service « Nouveaux Médias » changeait d'intitulé et de rattachement, suite à l'évolution des technologies, notamment celles des supports

⁵⁰ Annexe I. Entretien avec Christine Van Assche, Tome II, p. 1.

⁵¹ voir : Christine Van Assche, *L'expression Nouveaux Médias*.

d'enregistrement de l'image en mouvement, le service « Cinéma expérimental » du Centre Pompidou a gardé une autonomie et une identité claires dès le début de l'histoire de l'institution (Centre Pompidou, 2010)⁵², même s'il a changé son intitulé de « Cinéma » en « Cinéma expérimental ». Cette organisation montre que l'institution a eu conscience des différences entre ces deux domaines, ceci dès le début. En effet comme nous l'avons déjà examiné dans la première partie, même si la vidéo partage beaucoup de caractéristiques avec le cinéma, il y avait des différences, notamment au niveau de la gestion de la temporalité de l'œuvre, de la qualité d'image et dans les moyens de diffusion. Or, aujourd'hui il y a des questions sur cette séparation entre le cinéma et la vidéo, car la technologie numérique rend leur limites propres de plus en plus floues, ce nous l'avons déjà vu dans la première partie. Philippe-Alain Michaud, conservateur en chef du service Cinéma expérimental du Centre Pompidou s'exprime au sujet de la distinction des services de la collection :

[...] Au moment où la vidéo apparaît, les artistes qui travaillent avec les moyens vidéo et ceux qui travaillent avec les moyens traditionnels du film produisent des œuvres radicalement différentes. Il y a une gestion différente de la temporalité dans les deux medium, les effets ne sont pas les mêmes, la vidéo n'étant, de plus, pas faite pour la projection mais pour la diffusion sur moniteur. Les artistes qui, dans les années 70-80, travaillent en vidéo se servent aujourd'hui, autant que les cinéastes, du numérique. La coupure entre vidéo et film a un sens historique mais il n'y aucune raison de continuer à maintenir cette distinction. (Centre Pompidou, 2010).

Dans cette perspective, le Centre a rendu consultable la collection Cinéma, en libre accès, dans l'*Espace Nouveaux Médias et Films*, situé de manière permanente au 4^{ème} étage du musée, espace qui a été initialement intitulé *Espace Vidéo*, puis *Espace Nouveaux Médias*, puis *Collections vidéos, films, sons*⁵³. Cette question de diffusion des œuvres qui

⁵² La première collection du service Cinéma date de 1972 avec le film de Pol Bury et Clovis Prévost, *Une leçon de géométrie plane* (1971). Depuis, la collection a rassemblé quelque 1 189 films et installations cinématographiques de 381 artistes (statistique *Videomuseum*).

⁵³ Cet espace est issu d'un lieu de consultation vidéo conçu à l'origine dans le cadre de l'exposition « Manifeste, 30 ans de création en perspective, 1960-1990 » en 1992. Au départ, il était installé au 3^e étage du Centre (actuellement occupé par la BPI) avec, alors, l'appellation l'*Espace Vidéo*. Enfin avec la

touche à la médiation secondaire (exposition) sera approfondie dans la 3^{ème} partie de la thèse.

2.2.2. Départements *Film & Video* et *New Media* du WMAA

Au WMAA, l'organisation de la collection des œuvres « nouveaux médias », selon la délimitation que nous avons établie dans la première partie, se différencie de celle du Centre Pompidou. Le WMAA gère dans deux départements, des collections concernant les œuvres qui font l'objet de la présente recherche ; « Film and Video » et « New Media ». Le premier département englobe non seulement les vidéos dont le Service Nouveaux Médias du Centre Pompidou s'occupe également, mais aussi des films d'avant-garde sur pellicule, qui, au Centre Pompidou concernent le service Cinéma expérimental. Le deuxième département du WMAA concerne les œuvres nouveaux médias selon la définition anglo-saxonne, c'est-à-dire des œuvres créées à partir des années 1990, qui évoquent l'interactivité et en exploitent pleinement la technologie numérique. Cette différence d'organisation des collections peut se représenter ainsi (Fig. II-4) :

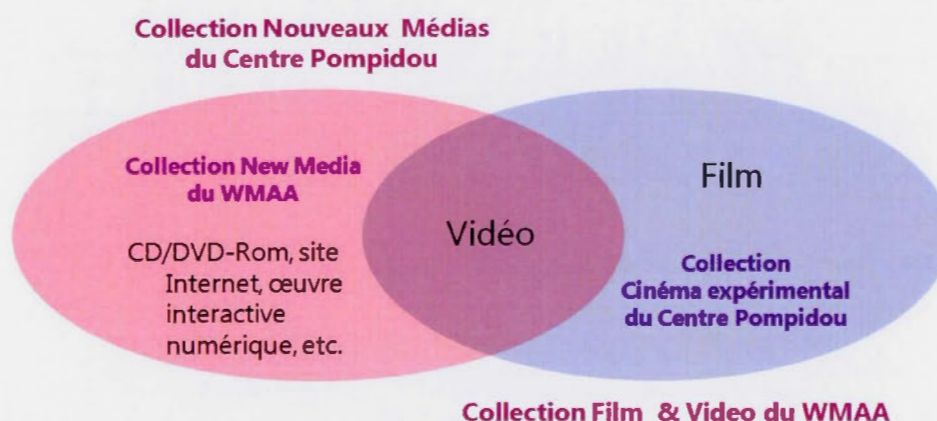


Fig. II-4 : Répartition des œuvres concernées dans la collection du Centre Pompidou et du WMAA

réouverture du Centre, après les travaux, en 2000, il a été installé à sa place actuelle dans le Centre avec l'appellation l'*Espace Nouveaux Médias*, un nom réadapté pour mieux exprimer ce qui caractérise la collection (Park, 2007, p. 34-35). Depuis juillet 2014, l'intitulé de cet espace a été modifié avec une intégration du *Cinéma du musée*, à la place du *Salon des visiteurs*, qui côtoyait l'espace nouveaux médias et films.

En 1970, le WMAA a démarré une programmation de *Film & Video* avec *The New American Filmmakers Series*, qui consistait en une série d'expositions de films et vidéos indépendants⁵⁴. Il s'agissait de montrer des films à la fois indépendants et expérimentaux produits en dehors du circuit des studios et qui traitaient des sujets majeurs à l'époque, comme la guerre au Vietnam, la drogue, l'homosexualité, les Panthères noires, etc. : « Skezag (1970) » de Joel Freedman and Philip Messina, « Maidstone (1971) » de Norman Mailer et « Luminous Procureess (1972) » de Steven Arnold. Depuis l'exposition « A special videotapes show (1971) », la première exposition vidéo au WMAA, celui-ci a organisé plusieurs expositions autour de ces nouvelles créations artistiques ; par exemple, « Projected Video (1975) », « Re-Vision: Projects and Proposals in Film and Video (1979) », « Video Art : Expanded Forms (1979) », « Nam Jun Paik (1982) », « Into the Light : The Projected Image in American Art 1964-1977 (2001) », etc.⁵⁵.

Dans le cadre de la biennale du Whitney, ces œuvres ont commencé à être montrées en 1973. Puis une sélection spéciale a été faite lors de la biennale en 1975, ensuite le film a été intégré à la biennale à partir de 1979. Par ailleurs, le musée gère « The Andy Warhol Film Project », un projet de recherche pour la sauvegarde des créations cinématographiques de l'artiste, lancé au MoMA en 1984, puis transformé en projet conjoint avec le WMAA.

Enfin, avec le soutien de la fondation Rockefeller, la *Film & Video Gallery* a été installée au 2^{ème} étage du musée, dotée des équipements nécessaires pour la présentation d'œuvres cinémato-vidéographiques de divers formats (Super-8, 16 & 35mm film et video-projection, installation, etc), ceci afin de répondre aux besoins techniques de présentation des œuvres médiatiques (Fig. II-5, II-6). Cet espace est remarquable par rapport aux autres cas de figure des musées, car, tandis que cet espace est installé dans la zone habituellement consacrée aux expositions, et même s'il est un espace fermé à part entière, il se différencie des pratiques spatiales propres à d'autres musées. Dans ceux-ci,

⁵⁴ Programmation de *New American Filmmakers Series*, <http://www.vasulka.org/archive/show-fest3/ArsElectronica'92/ChronologyTools/NewAMerFilmSeries.pdf> (dernière consultation : le 11 septembre 2014).

⁵⁵ History of film and video at Whitney, www.whitney.org/Exhibitions/Film (dernière consultation 14/02/2014)

l'espace dédié exclusivement aux œuvres nouveaux médias se situe souvent en dehors de l'espace habituel des expositions, au sous-sol ou sous la forme d'une médiathèque, par exemple.

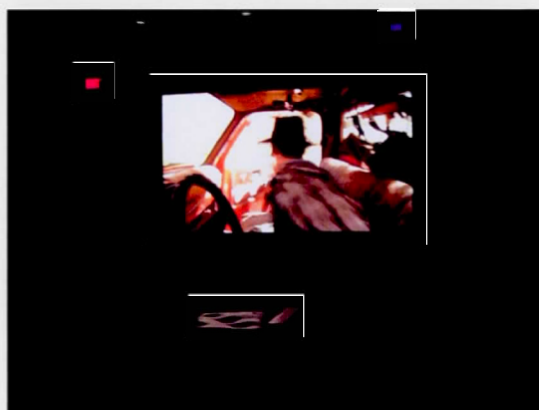


Figure II-5, II-6 : *Film & Video Gallery* au WMAA

Par contre, malgré cette dynamique de présentation des œuvres, le WMAA a commencé de collectionner ces œuvres assez tardivement. La première œuvre acquise a été *V-ynamid* (1982) de Nam June Paik, c'est-à-dire presque vingt ans après la création de la première vidéo de Nam June Paik, en 1967. Pendant les années 1980, seulement trois œuvres ont été acquises et dans les années 1990, 29 œuvres ont été acquises, dont une seule était un film en 16mm de Walter De Maria. En fait la majorité des œuvres faites d'images en mouvement a été acquise depuis la création d'un comité d'acquisition *Film and Video*, en 1998, qui a été fondé pour promouvoir la collection de film & Video. (Iles et Huldische, 2005).

Par rapport à ce retard en matière de collection de vidéo, le musée a réagi rapidement à la nouveauté des créations numériques, notamment celle du Net art. Depuis 2001, le musée a engagé Christiane Paul, en tant que conservatrice associée pour « New Media art » (ceci est bien entendu un concept plus étroit que celui des « nouveaux médias » en France), afin de répondre à l'évolution d'un domaine qui dépasse le *Film & Video*. Donc il s'agit d'un domaine de médias créés et répandus largement à partir des

années 90 grâce au développement de la technologie numérique. Depuis la nomination de Christiane Paul, le musée a organisé plusieurs expositions dans ce domaine comme « Bitstream (2001) », « Data Dynamics (2001) », « Profiling (2007) », etc.

Mais l'activité la plus remarquable du musée autour des « New media » est le projet « Artport ». Artport est le portail d'Internet du WMAA pour l'art sur Internet et un espace de galerie en ligne pour les commissions du Net art et l'art des nouveaux médias. C'est un portail autonome, même si le lien du portail est intégré dans le site Internet officiel de l'institution. Par ce portail Internet, initialement lancé en 2002, le WMAA offre un accès à des œuvres d'art commandées spécifiquement pour ce projet du musée ; cela comporte une documentation sur le Net art et de nouvelles expositions d'arts médiatiques au Whitney, fondées sur la collection propre du musée.

Tandis que la collection *Film and Video* comporte plus que 150 œuvres (installations vidéo, mono-bandes vidéo, films et installations cinématographiques) (Iles et Huldische, 2005, p. 69), y compris des œuvres historiques comme *Magnet TV* (1965) de Nam June Paik et *EVE-RAY-FOREVER* (1965/2005) de Bruce Conner, la collection « New media » ne se présente pas comme aussi importante. En décembre 2010, il y avait quatre œuvres ; *Super Mario Clouds v2k3* (2003) de Cory Arcangel, *Color panel v.1.0* (1999) de John F. Simon, *PhotoFlicks and PhotoFictions* (2005) de Lucas Samaras et *The World's First Collaborative Sentence* (1994) de Douglas Davis, cette dernière étant la première œuvre du Net art acquise au musée d'art⁵⁶.

Il est remarquable que les œuvres commandées par *Artport* ne sont pas systématiquement intégrées à la collection du WMAA. En d'autres termes, les œuvres commandées par le musée sont à la fois présentes et présentées sur le portail *Artport*, associé au site Internet officiel du musée, mais ne se trouvent pas dans la collection globale du musée. Cette interprétation spécifique de la notion de « collection » sera précisée dans la prochaine section concernant les conditions et moyens d'acquisitions des œuvres nouveaux médias. Cela pourrait également expliquer le statut du conservateur considéré comme un « adjunct curator [conservateur associé] » ; ceci montre non seulement que la politique d'acquisition du musée est expérimentale, mais aussi que la

⁵⁶ Annexe V. Entretien avec Christiane Paul, Tome II, p. 41-51.

médiation muséale des œuvres nouveaux médias est difficile à mettre en place selon des notions bien déterminées, ce qui est probablement dû à des caractéristiques mouvantes et évolutives. (Annexe V. Entretien avec Christiane Paul ; Cook and Graham, 2010).

2.2.3. Collection du Musée des médias et collection de la *Mediathek* au ZKM

Institution entièrement vouée à la culture médiatique et technologique, le ZKM présente un panorama historique de la variété des créations médiatiques. En termes d'intitulé général désignant ce dont le ZKM se charge, il a adopté les expressions comme *Kunst und Medientechnologie* [Art et technologie médiatique], qui couvrent son champ d'activité dans la relation entre l'art et les médias, au lieu de le désigner sa spécificité comme une catégorie fermée. Ceci reflète encore une fois la difficulté de délimitation de cet art, due à la complexité des statuts des médias employés ou associés aux créations artistiques que nous avons examinée précédemment.

Dans cette institution, il n'est pas question de parler d'un département spécifique pour les œuvres nouveaux médias, car l'institution elle-même a été créée pour ces œuvres. Malgré cette spécificité, avec le ZKM, il ne s'agit pas d'une institution qui isole les œuvres nouveaux médias des autres pratiques de l'art contemporain. Ainsi que nous l'avons survolé lors de l'analyse de l'organisation générale, plusieurs entités constituent le ZKM⁵⁷ et parmi elles il y a deux musées : le musée des médias et le musée d'art contemporain. Avec une telle structure, le ZKM insiste sur le dialogue entre les œuvres des deux musées, en d'autres termes, le dialogue entre tous les médias et les genres artistiques dits non-médiatiques⁵⁸.

Comme ces entités n'ont pas été créées en même temps dans un même lieu, chaque entité possède une collection propre et la collection du ZKM est dispersée dans les deux musées et dans une médiathèque. De plus, à l'ouverture du musée d'art contemporain, plusieurs collections privées de l'état du Bade-Wurtemberg ont été rassemblées grâce à

⁵⁷ Trois instituts de recherche (institut des médias visuels, institut de musique et d'acoustique, institut des médias, de la formation et de l'économie), 2 musées (musée des médias et musée d'art contemporain), 1 médiathèque et 1 laboratoire pour les systèmes anciens de vidéo.

⁵⁸ Annexe VII. Entretien avec Christiane Riedel, Tome II, p. 63.

une collaboration avec le musée, comme par exemple FER, Grasslin, Siegfried Weishaupt, etc. De ce fait le ZKM a accès à ces collections pour ses activités d'exposition et de programmation⁵⁹.

Ainsi la collection du musée des médias possède environ 120 installations interactives et le musée d'art contemporain comporte environ 1 500 œuvres : peintures, photographies, sculptures, dessin, etc.⁶⁰ Par ailleurs, le ZKM a une collection des jeux vidéo et d'ordinateur. Dès son ouverture, le ZKM a pris conscience de l'importance de l'art sous la forme de jeux, ce qui reflète l'influence de la technologie numérique sur le quotidien de la société moderne, notamment sur l'industrie de la consommation culturelle. Dans ce contexte, il dispose du 2^{ème} étage du musée des médias avec la « Computer Game Gallery ». Depuis juin 2013, le ZKM présente une nouvelle exposition de sa collection permanente des jeux vidéo et d'ordinateur⁶¹.

Enfin, la médiathèque possède environ 600 œuvres vidéo et 13 650 œuvres sonores. Depuis quelques années, un travail de rassemblement et d'inventaire commun est en cours pour mieux gérer ces collections. Ce qui est intéressant est que la médiathèque possède une collection des bandes vidéo et sonores à part entière. Claudia Gehrig, documentaliste et responsable de la collection de vidéo de la médiathèque au ZKM explique le double but de la collection vidéo dans la médiathèque ;

« D'abord, la collection de la Médiathèque a deux enjeux. L'un vise à acquérir des œuvres vidéo pour la collection que nous mettons à disposition du public dans le *Media Lounge*. L'autre vise à acquérir des archives d'artistes et à les restaurer et de les rendre ainsi à nouveau accessibles. [...] Quand la collection vidéo [de la Médiathèque] s'est constituée, chaque moment de l'histoire de l'art vidéo a été considéré comme important. Donc il était question de les acquérir et de les présenter au public dans le *Media Lounge*. [...] Maintenant notre but est de devenir un lieu un peu exceptionnel de ce point de vue, afin de sauver et restaurer les archives d'artistes pour la recherche scientifique. Donc on s'oriente plutôt vers l'archivage. Mais nous sommes aussi là pour montrer et élargir notre collection. »⁶² (Annexe VI. Entretien avec C. Gehrig, Tome II, p. 53)

⁵⁹ Idem, p. 51.

⁶⁰ Idem, p. 49.

⁶¹ ZKM_Gameplay – The Game Platform at the ZKM, [http://on1.zkm.de/zkm/stories/storyReader\\$8340](http://on1.zkm.de/zkm/stories/storyReader$8340) (dernière consultation le 14/02/2014)

⁶² "First, the video collection of the Media Library has two tasks. One task is to acquire the video artworks for the collection, which are shown in the *Media Lounge*, and another is to acquire artists' archives, to

Ainsi, la collection vidéo de la médiathèque du ZKM se fait de deux façons. D'une part, avec l'acquisition d'œuvres vidéo des artistes-plasticiens, d'habitude acquises via des galeries ou des distributeurs vidéo : elles sont consultables dans le *Media Lounge*, ce que nous allons préciser dans la 3^{ème} partie de la thèse. D'autre part, il y a l'acquisition d'archives d'artistes et leur restauration afin, si nécessaire, de les rendre à nouveau accessibles. Même si l'objectif de la médiathèque porte plutôt sur la sauvegarde et la restauration des archives d'artistes pour les chercheurs, elle continue de collectionner des bandes vidéo et de les rendre accessibles dans l'espace appelé *Media Lounge*. Ainsi, la collection du musée des Médias prend appui sur les installations interactives, alors que la médiathèque prend appui sur les bandes vidéo et sonores.⁶³

Cette collection de bandes vidéos et sonores de la médiathèque du ZKM est en partie comparable avec celle d'œuvres sonores du Centre Pompidou, venant du fonds d'archives sonores de la bibliothèque Kandinsky. Il s'agit d'un très riche fonds d'archives sonores, essentiellement des entretiens avec des artistes, des colloques et des débats ayant eu lieu au Centre Pompidou ; ce peut être des disques vinyles, dont un ensemble d'œuvres sonores depuis les années 1920 jusqu'à nos jours (Centre Pompidou, 2011). Ce fonds semble pourtant plus lisible que le statut des bandes sonores de la bibliothèque Kandinsky, en tant que documents sur l'art. Mais cette pratique de la collection des œuvres nouveaux médias dans une médiathèque ou dans une bibliothèque reflète les caractéristiques de ces œuvres comme étant quelque chose de « partageable », comme peuvent l'être les documents de la bibliothèque et de la médiathèque, comme le sont le livre et la musique. Enfin nous voyons qu'avec ces œuvres de nature mal définie, le musée d'art « ajuste » ou adapte son rôle traditionnel de gardien du patrimoine, ceci car les œuvres en question se situent entre le document et l'œuvre d'art.

restore them and to make them accessible again. [...] When the video collection was built, every position of video art history was important. It was an aim to acquire it for the public and to have it on show in the Media Lounge. [...] Our aim is now to be a bit exceptional from that point of view in order to rescue and to restore artists' archives for research purposes. So we are moving forward with the archive. But we are still here to show our permanent collection, and to enlarge it as well."

⁶³ Annexe VI. Entretien avec Claudia Gehrig, Tome II, p.53-54.

2.2.4. Collection sans département spécifique du MACM

Tout à fait différemment des trois cas examinés, le MACM ne divise pas sa collection en plusieurs départements par rapport aux différentes catégories d'œuvres. Donc au MACM, les œuvres nouveaux médias demeurent dans la collection générale sans qu'il existe de département particulier. Ce type de gestion de la collection est fréquent dans les musées de dimensions petites et moyennes et relativement jeunes, qui n'ont pas beaucoup d'œuvres à gérer dans leur collection, ni plusieurs services distincts

Pourtant, le musée gère les œuvres de sa collection selon une règle de catégorisation. Il y a une catégorie comme l'« installation vidéographique » ou le « vidéogramme », mais le musée emploie également l'expression « nouveaux médias » pour classer une partie des œuvres que nous délimitons comme « nouveaux médias » dans cette recherche. Son application est fondée sur la définition des nouveaux médias, mise en place par la recherche du DOCAM⁶⁴ pour le classement. Mais cet usage de l'expression « nouveaux médias » est plutôt basé sur l'expérience des pratiques d'acquisition que le musée a mises en œuvre.

Le musée a d'abord collectionné des films et des vidéos d'artistes, ensuite des œuvres assez complexes sont venues s'ajouter et elles sont classées dans la catégorie installation. A l'arrivée des œuvres plus complexes au niveau technique, qui nécessitent des équipements et des conditions spécifiques, comme celle de Gary Hill ou de Bill Viola, la question du classement est devenue plus complexe. Ces œuvres ont été d'abord classées dans la catégorie « installation »⁶⁵, ensuite, la catégorie « nouveaux médias » a été créée pour les œuvres qui outrepassent toutes les catégories existantes, qui donc nécessitaient

⁶⁴ « [...] œuvre d'art créée avec une technologie inventée ou rendue largement accessible depuis le milieu du XXème siècle qui utilise entre autre les télécommunications, les médias de masse, le multimédia ou des modes numériques de transmission. Le terme nouveaux médias se différencie par des composantes de l'œuvre, lesquelles emploient une technologie plus récente et requièrent, le plus souvent, une alimentation électrique. Les œuvres nouveaux médias relèvent de formes d'art telle que l'installation, l'art vidéo, l'art interactif, l'art en ligne » (DOCAM, consultation le 12/02/2014)

⁶⁵ Annexe IV. Entretien avec Anne-Marie Zeppetelli, Tome II, p. 29-30.

l'invention d'une nouvelle catégorie. Anne-Marie Zeppetelli, l'archiviste de la collection au MACM explique la création d'une catégorie « nouveaux médias » au sein du musée :

« [...] je vous donne un exemple, on vient d'acquérir, l'année dernière, une œuvre de Charles Sanderson, qui est carrément un boîtier avec un écran LCD. En arrière du boîtier, il y a un ordinateur, il y a un programme essentiellement d'ordinateur, une copie intégrale d'une édition spécifique de l'encyclopédie ou du dictionnaire Britannica, [...] où tout le textuel se déroule dans l'écran d'une façon aléatoire, il y a quand même une programmation qui crée une certaine image qui se défile et qui se défait [...]. Je pense que la première œuvre, je crois, qu'on a acquise, je ne savais vraiment pas dans quelle catégorie la placer, donc j'ai créé cette catégorie (nouveaux médias). Finalement on la met en pratique, on la met en place, et il y a peut-être une autre œuvre dans la collection qui je crois devrait y être aussi, Une des promenades de Janet Cardive. Alors pour moi, 'nouveaux médias', je vous ai donné deux exemples, c'est-à-dire, c'est des œuvres qui ne sont pas des vidéographiques, qui ne sont pas des installations, mais qui sont vraiment indéfinissables à ce niveau là. » (Annexe IV. Entretien avec A. M. Zeppetelli, Tome II, p. 30).

Donc, selon le propos de la personne responsable, cette catégorie « nouveaux médias » peut être comprise dans le sens d'une approche artistique totalement nouvelle qui débouche sur un résultat innovant. Parfois le contenu d'un composant médiatique ne semble pas être la condition majeure de la catégorisation des œuvres nouveaux médias au MACM. Par exemple, l'œuvre *The Sleepers* (1992) de Bill Viola, qui est constituée de moniteurs placés au fond de sept barils remplis d'eau et d'images de dormeurs filmés en temps réel, cette œuvre se trouve classée dans la catégorie « installation », mais pas dans celle de « nouveaux médias ». D'après le propos de Zeppetelli, ce choix est lié à la présence de médiums non-médiatiques dans l'œuvre, comme de l'eau et des barils⁶⁶. Ici nous voyons donc une autre approche de l'expression « nouveaux médias » : dans ce contexte, le mot « médias » est interprété en tant que pluriel du « médium », plutôt que les médias de masse de diffusion d'informations.

Parfois le mode d'exploitation des médias et l'effet résultant jouent de critères de classement. Regardons le cas de *Two Mirrors* (2008) d'Adad Hannah, qui montrent deux hommes regardant leur éventuel spectateur à travers un miroir, devant *Las Meninas* (1656), un tableau de Velázquez qui comporte un miroir reflétant deux hommes. Au MACM cette

⁶⁶ Idem, p. 20.

œuvre est classée en tant que « nouveau média », même s'il s'agit d'un vidéogramme, car l'effet donné par l'œuvre est tout à fait autre que celui que le médium vidéo donne d'habitude ;

« [...] ça c'est du nouveau média pour moi. Parce que ce n'est pas tout à fait une vidéo, c'est présenté comme un écran, comme un tableau, mais en format vidéo. Pour moi ce n'est pas typiquement vidéo, mono-bande, présentation sur écran [...]. C'est une vidéo qui est vraiment comme un tableau où pendant les 6 minutes il y a très peu de choses qui se passent, comme un tableau vivant. [...] Ce n'est pas une projection vidéographique non plus. Ce n'est pas une mono-bande qui se présente sur un moniteur. [...] C'est comme un tableau qu'on accroche. »⁶⁷

A part son travail pour la collection concernée, le MACM dispose d'un service « créations multimédias » pour la programmation des expositions et des événements, ce qui contribue à promouvoir pleinement les créations de ce type, même si le musée n'a pas de département spécifique pour ce genre d'œuvres. Mais ici aussi le sens de « multimédia » est légèrement différent par rapport à ce qui est employé usuellement en France. Bien que le « multimédia » évoque systématiquement quelque chose d'audiovisuel et technologique en France, ici il s'agit de la multidisciplinarité des pratiques artistiques, ainsi Louise Simard, responsable de la programmation de création multimédia au MACM a précisé :

« C'est vraiment la multidisciplinarité, c'est-à-dire des artistes, disons de la danse qui introduisaient la vidéo dans leurs performances, des artistes de la performance qui introduisaient le son, l'art sonore. Donc c'était vraiment l'idée d'expression, de production, d'événements artistiques, en gros performances où on conjugait plusieurs disciplines. C'est vraiment la notion de multidisciplinarité dans son sens le plus large. »⁶⁸

Donc à travers le service de création multimédia, le MACM gère et promeut les créations multimédias qui effectivement touchent les œuvres nouveaux médias dont nous avons défini les limites dans la présente recherche. Pour la programmation de la création multimédia, le musée dispose d'un espace spécifique adapté à ces œuvres : salle BWR

⁶⁷ Idem, p. 19.

⁶⁸ Annexe III. Entretien avec Louise Simard, Tome II, p. 20.

(Beverly Webster Rolph). Avec la salle BWR, il s'agit d'une salle sombre, aménagée pour les seules œuvres nouveaux médias, au sous-sol du musée. Cette salle est un espace semi-ouvert ; c'est-à-dire sans porte fermée, donc les visiteurs peuvent y entrer et en sortir librement. La visite de ce lieu n'entraîne pas de tarification supplémentaire par rapport à une visite normale du musée. Ce dispositif sera analysé dans la troisième partie d'une manière plus approfondie. Nous voyons donc par rapport au service Nouveaux Médias du Centre Pompidou ou celui du New Media au WMAA qui s'occupent à la fois de la collection et de la programmation, qu'il s'agit ici d'une autre manière de gérer des œuvres, manière qui s'appuie sur la dynamique de création et de diffusion des œuvres.

Dans l'application de l'expression « nouveaux médias », au MACM, ce n'est pas la nouveauté du composant médiatique qui détermine cette catégorie, mais plutôt le résultat créé par l'application du média, dans sa capacité d'innovation. Même si cela ne correspond pas tout à fait à la délimitation des « nouveaux médias » au Centre Pompidou, cela rejoint son usage du mot « nouveaux » allant dans le sens d'une nouvelle approche artistique. L'organisation des départements concernés au WMAA semble similaire à celle de la catégorisation du MACM, mais il y a une différence sur le fait que ce n'est ni la technologie numérique, ni l'interactivité qui seraient décisives pour la catégorisation au MACM. A travers le cas du MACM, nous pouvons constater encore une fois que chaque institution gère sa collection avec un usage spécifique de l'appellation.

2.3. Conditions et modes d'acquisition des œuvres

Les œuvres nouveaux médias peuvent être acquises par les institutions selon les modes traditionnels d'acquisition, comme les autres types d'œuvres et sous formes d'achats, de dons, de legs. Cependant l'acquisition d'une œuvre nouveaux médias peut comporter quelques particularités par rapport aux autres types d'œuvres. Ceci est bien évidemment lié à leurs caractéristiques, que nous avons examinées, et ces caractéristiques conduisent les établissements concernés à devoir préciser les conditions d'acquisition dans un contrat.

Dans un premier temps, afin d'apporter davantage de clarté lors de l'analyse, nous allons examiner ces conditions d'acquisition selon la double identité des œuvres, c'est-à-dire au niveau du contenu qui concerne l'aspect immatériel et intangible de l'œuvre (droit de diffusion) et au niveau du contenant qui concerne l'aspect physique de l'œuvre (le droit de copie et les équipements techniques). Ensuite, nous allons voir une pratique, celle de la commande, qui se fait en tant que nouveau mode d'acquisition. Aujourd'hui il se trouve que les institutions jouent un rôle plus actif dans le processus de l'acquisition, voire dans celui de la création de l'œuvre en tant que commanditaire ou producteur.

2.3.1. Deux aspects des modalités d'acquisition

Etant donné les caractéristiques ci-dessus évoquées avec cette double identité en tant que contenu (l'état de l'œuvre rencontré par le public) et contenant (l'état de l'œuvre conservé par l'institution), collectionner des œuvres nouveaux médias ne signifie pas l'achat d'un simple objet. Lorsqu'une institution achète une œuvre nouveau média, elle acquiert avant tout un droit de présentation/diffusion publique. Cela fonctionne, bien évidemment, au cas par cas, mais habituellement ce droit de diffusion n'est pas exclusif et les conditions de présentation sont souvent précisées par un contrat entre l'artiste et l'institution. Quant à une personne physique (un collectionneur privé), elle n'obtient pas, sauf cas exceptionnel, le droit de diffusion publique. Cela signifie tout simplement qu'on peut regarder un film sous forme de DVD, acheté à titre personnel, en famille ou avec des amis, mais pas dans un lieu public sans autorisation. Or, ce principe est toujours mentionné sur le DVD sous forme d'avertissement: « réservé aux usages privés ».

Dans le cas du Centre Pompidou, il est noté clairement, dans l'article 2 du contrat portant sur l'œuvre animée (bande vidéo, film) et sur les droits incorporels attachés à l'œuvre (audiovisuelle, cinématographique) que le droit que le Centre Pompidou aura acquis lors de l'acquisition n'est pas exclusif: « Le Cédant cède à titre non exclusif au Centre Pompidou, qui accepte au nom et pour le compte de l'Etat, les droits incorporels ci-après désignés et ce, pour la durée légale de la protection de la propriété littéraire et

artistique et pour le monde entier. »⁶⁹. Le contrat précise également le droit de présentation publique de l'œuvre en sa totalité ou en extraits dans un but informatif, et d'autre part le droit de reproduction sur d'autres supports connus ou inconnus :

- à reproduire ou à faire reproduire à ses frais tout ou partie de l'Œuvre, selon tout procédé technique actuel ou à venir, tel que notamment l'impression, la photocopie, la mise en mémoire informatique, le téléchargement, la numérisation, et sur tout support actuel ou à venir, qu'il s'agisse d'un support papier, magnétique, optique, électronique, informatique, analogique ou numérique⁷⁰.

Ceci prévoit donc l'exploitation éventuelle et future de l'œuvre transférée sur un nouveau support. Donc une bande vidéo collectionnée au Centre Pompidou peut être collectionnée sans problème par d'autres institutions, selon les clauses du contrat signé avec l'artiste, ou selon les cas, aux ayant droits ou encore au distributeur ayant un droit exclusif sur l'œuvre. Par contre le WMAA n'utilise pas cette notion de « collection » pour les œuvres sur le net, car il considère la notion de collection comme un acte de récolte exclusive d'un objet ou d'un programme (Annexe V. Entretien avec Christiane Paul, 2010, Tome II, p. 43) : au lieu de « collection », elle utilise le mot « archive », ce qui encore une fois, soulève la question de ce que peuvent être la documentation et la collection dans le cas des œuvres nouveaux médias.

En effet concernant la collection des sites Internet et/ou des œuvres sur Internet, la notion de propriété est mise à mal, elle est même contraire au principe de diffusion sur Internet, qui est à priori ouvert mondialement à tous. Quant à l'institution, il ne faut pas oublier qu'elle a certes une mission de conservation; et il faut le noter, on ne sait même pas avec certitude ce qu'il en sera d'Internet dans une dizaine d'années, ni même s'il existera, ni sous quelle forme. Le paradoxe est cependant flagrant, de vouloir conserver des œuvres par nature fugaces, éphémères, mobiles, en constant devenir. Il y a là une contradiction entre la nature des œuvres et le concept de la collection fondée sur un principe de conservation et fixation en un état donné, à un moment donné.

⁶⁹ Annexe VIII. *Contrat d'acquisition : œuvre animé (bande vidéo, film) et droits incorporels attachés à l'œuvre audiovisuelle*, Centre Pompidou, Tome II, p. 69-76.

⁷⁰ Idem.

En termes d'acquisition d'une œuvre vidéographique, en 2005, le WMAA exigeait normalement deux exemplaires : un *Submaster* en format numérique et une copie d'exposition (Iles et Huldische, 2005, p. 75). Quand il s'agit d'une bande analogique, une copie d'archive analogique et un submaster numérique sont demandés. Cette politique d'acquisition est liée au fait qu'une bande vidéo magnétique souffre d'une certaine « perte générale [general loss] », ce qui signifie que la qualité d'image de chaque copie est sensiblement inférieure à la précédente. Le submaster numérique est donc utilisé pour faire des nouvelles copies d'exposition. Quand le format du submaster approche l'obsolescence, il est mis à jour au nouveau format. A ce propos, Pip Laurenson a recommandé de mettre à jour le format d'une œuvre tous les cinq ans, ceci pour éviter le problème d'obsolescence technique (Laurenson, 2005).

Tandis que l'achat des œuvres du type traditionnel comme une peinture ou une sculpture se fait majoritairement aux marchands spécialisés en art, comme les galeries, lors de ventes aux enchères, à des intermédiaires de différents types, etc. ou directement à l'artiste ou aux ayants droit, les œuvres nouveaux médias voient agir un autre intermédiaire qui est le distributeur avec ses voies traditionnelles d'achat/vente. Aujourd'hui le rôle du distributeur devient très important en termes de diffusion des œuvres nouveaux médias, car il prend peu ou prou en charge la gestion du droit de diffusion/reproduction.

Les conditions d'achat d'une œuvre nouveaux médias chez un distributeur varient selon la nature de l'œuvre et le droit acquis lors de l'achat. Dans le cas d'acquisition d'une bande vidéo au Centre Pompidou, par exemple, comme nous l'avons vu plus haut, le droit de reproduction sur d'autres supports est autorisé, donc le droit de diffusion peut perdurer tant que le Centre assure la sauvegarde de l'œuvre. Mais quant à lui, le MACM pratique une autre forme d'acquisition du droit : il peut acheter une copie à prix relativement bas (souvent le même que celui du marché public) chez un distributeur et de ce fait son droit de collection prend fin avec l'obsolescence du matériel technique lié à cette copie. Zeppetelli a ainsi jugé cette situation problématique :

« Mais il y a peut être quelques problèmes de conservation ou de distribution avec les vidéos. C'est vraiment problématique. La plupart des mono-bandes sont distribuées par les

distributeurs de ces œuvres et à chaque fois qu'on achète une vidéo, on n'achète pas l'œuvre. On achète une copie. Quand on passe par un distributeur [...], on achète le droit de diffusion limitée, souvent selon le temps de vie de la bande qu'on acquiert. Et ainsi les distributeurs se voient comme les vrais conservateurs de l'œuvre à long terme. Donc quand on achète ces œuvres via les distributeurs, on ne paye pas des montants importants, car on achète une copie, et quand on n'est plus capables de s'en servir, on rachète une copie. » (Annexe IV. Entretien avec Anne-Marie Zeppetelli, 2010, Tome II, p. 37-38)

Avec le cas des installations nouveaux médias, les conditions d'acquisition peuvent devenir encore plus complexes. Par exemple, les effets et dispositifs voulus par l'artiste dans une installation nécessitent un ensemble d'équipements spécifiques dédiés exclusivement à l'œuvre concernée. Donc il arrive que le musée acquière également les matériels techniques nécessaires à la diffusion/présentation en tant que parties intégrantes de l'œuvre. Par exemple, *Blind Side* (1997) de Liisa Roberts et *Actual Size : Munich Rotary* (1970) de Michael Heizer ont été acquises par le WMAA avec les équipements, et l'œuvre *Five Angels for the Millenium* (2001) de Bill Viola a été acquise par le Centre Pompidou avec l'ensemble de l'équipement de projection et de sonorisation.

Mais l'achat de l'équipement nécessaire à la diffusion et présentation des œuvres n'est cependant pas une pratique courante dans le domaine et souvent un équipement technique peut servir à projeter différentes œuvres vidéographiques. Ainsi, le plus souvent, les institutions ne se livrent pas à l'achat des équipements de projection, sauf cas exceptionnel comme au ZKM, car cela coute trop cher non seulement quant à l'achat des équipements techniques eux-mêmes, mais aussi pour leur maintenance. Avec l'exigence éventuelle de l'artiste, le musée est non seulement responsable de la conservation et de la restauration du support d'enregistrement des images et des sons, mais il est aussi obligé de prévoir le coût de maintenance, de réparation, de remplacement en termes de matériels techniques.

Ainsi voyons-nous que les modes d'acquisition des œuvres nouveaux médias concernent non seulement l'acquisition des œuvres en incluant les matériels techniques nécessaires à leur présentation et diffusion, mais également le droit de diffusion lui-même. Ainsi, avec les œuvres nouveaux médias, la notion de collection muséale s'éloigne de la spécificité de quelque chose d'exclusif. A travers les exemples cités, nous comprenons

également que la question de l'acquisition est directement liée à celle de la conservation et de la restauration.

2.3.2. Commande et coproduction: nouveaux modes d'acquisition d'œuvres

La commande d'une œuvre d'art n'est pas quelque chose de nouveau dans le domaine de l'art contemporain, ni dans celui de l'art. Ceci depuis notamment la Renaissance, où les mécènes jouaient un rôle important dans le développement de l'art, ce système de production fonctionne comme un moyen d'apport financier, d'assistance technique et d'aide à la mise en forme d'un scénario, qui a permis à certains artistes de franchir un pas vers une activité plus professionnelle. La commande fonctionne également comme l'un des possibles modes d'acquisition des œuvres nouveaux médias, mais avec celles-ci, nous constatons qu'elle diffère nettement de la commande d'autres types d'œuvres.

La production ou la coproduction devient donc un des moyens importants pour les œuvres nouveaux médias. Dans ce cas, le musée n'est pas un simple acquéreur passif, mais un producteur qui s'engage dans la création des œuvres d'une manière plus active. Cela se diffère de la pratique de la « carte blanche » donnée aux artistes, laquelle leur donne une possibilité de libre gestion de la création des œuvres et éventuellement de leur exposition dans un lieu donné dans l'institution. En ce cas, en tant que co-producteur, le musée offre également les équipements spécifiques qui permettent aux artistes de réaliser leurs idées.

Le Centre Pompidou joue un rôle important en tant que producteur d'œuvres nouveaux médias. Cette fonction de production était inscrite d'une manière concrète dans le programme initial du Centre Pompidou, ceci dès son ouverture. Par exemple, sous la direction de la production, le Centre dispose d'un service audiovisuel⁷¹ et des studios

⁷¹ Organigramme du Centre Pompidou, <http://www.centrepompidou.fr/media/imp/M5050/CPV/90/25/M5050-CPV-fc34007b-edf6-4ea2-9025-1c05021d6287.pdf> (dernière consultation : 13/10/2014)

spécifiques ont été aménagés au sous-sol du bâtiment du Centre⁷². De nombreuses œuvres ont été créées et acquises par ce biais de commandes en co-production. Depuis les premières bandes vidéo réalisées sous cette forme au début de l'ouverture du Centre : *Destruction du son et de l'image* (1976) et *Passage de l'espace fermé à l'espace ouvert* (1977) de Slobodan Pajic, de nombreuses installations et multiples ont été créés en collaboration entre des artistes et le Centre.

En ce qui concerne les installations nouveaux médias, une vingtaine d'œuvres sur les cent vingt œuvres acquises ont été produites ou coproduites avec le Centre. Et parmi ces installations coproduites avec le Centre, il y a notamment les toutes premières installations audio-visuelles de Stan Douglas, de Mona Hatoum ou bien de Chris Marker. Des œuvres emblématiques comme notamment *The Third Memory* (2000) de Pierre Huygue, *Roundelay* (2003) d'Ugo Rondinone ou bien *Feature Film* (1998) de Douglas Gordon ont également bénéficié de ce système de co-production bénéficiant de l'aide de techniciens très spécialisés et professionnels (Van Assche, 2006, p. 17-18).

Pour les œuvres nouveaux médias, la forme de la production ne se limite pas aux œuvres en tant qu'objets, telles les installations ou les bandes vidéo, mais s'élargit par exemple sous la forme usuelle de production d'un média de consommation comme la télévision. En 1984, plus exactement le jour du nouvel an 1984, le Centre a coproduit *Good Morning Mr. Owell*⁷³, une version de la première installation satellite de Nam Jun Paik, montée en collaboration avec des chaînes télévisuelles comme WNET aux États-Unis, FR3 en France, WDR Westdeutsche Fernsehen en Allemagne et KBS en Corée du Sud. Cette œuvre a été « produite » et « diffusée » comme tout autre programme télévisuel et ce cas montre ainsi que la production et la diffusion des œuvres nouveaux médias ne se limite pas toujours au cadre traditionnel de l'institution muséale, mais peut le dépasser par une collaboration avec les voies habituelles de production et de diffusion des médias, ceci tout en gardant le lien fort avec l'institution.

⁷² D'ailleurs, les installations techniques du service audiovisuel du Centre Pompidou ont servi de modèle pour le projet du Fresnoy-Studio national créé par Alain Fleischer (Fleischer, 2012, p. 55-59).

⁷³ Focus sur une œuvre, p.111.

Concernant le rôle du musée en tant que producteur, en termes d'œuvres sur Internet, il est intéressant de voir le projet « Artport » au WMAA⁷⁴, que nous avons rapidement évoqué plus haut. Il s'agit de commandes d'œuvres nouveaux médias, notamment sous la forme de sites Internet. Dans le cadre de la commande du musée, les artistes créent des œuvres sur Internet et ces œuvres sont présentées sur le portail *Artport*, lié au site Internet officiel de l'institution, en s'en servant comme d'un espace d'exposition ou une plateforme de création.

Tandis que la commande d'un musée se résume normalement à une acquisition de l'œuvre, les œuvres produites suite à la commande du WMAA dans le cadre d'*Artport* ne sont pas systématiquement acquises et intégrées à la collection permanente du musée. Cela fonctionne plutôt comme une intervention temporaire dans le musée, comme une exposition temporaire sans, à terme, la collection des œuvres exposées. Cependant, nous pouvons toujours avoir accès à ces œuvres via le portail *Artport*, et ceci est certainement une situation difficilement compréhensible à première vue. Selon l'expression de Christiane Paul, elles ne sont pas « collectionnées », mais « archivées en permanence [permanantly archived] ». Paul explique ce statut d'œuvres en faisant la distinction entre ces deux notions :

« [...] c'est un autre paradigme que nous avons là. Donc, elles [les œuvres en ligne d'*Artport*] ne sont pas dans la collection, mais elles sont archivées de façon permanente. Nous avons donc une licence non exclusive pour le travail, et il se peut, et j'espère qu'elles resteront sur indéfiniment sur notre serveur. Mais les artistes ont également un droit d'auteur, et c'est donc une licence non-exclusive que nous avons, ce qui signifie qu'ils peuvent montrer les œuvres quand ils le veulent et il y a juste besoin de la présence d'une mention comme « autorisée par Whitney Museum of American Art ». Mais techniquement, il y a une légère différence entre les œuvres de la collection et celles archivées de façon permanente avec une licence non exclusive. »⁷⁵

⁷⁴ <http://whitney.org/Exhibitions/Artport>

⁷⁵ “[...] it's a different paradigm we have. So they are not in the collection but they are permanently archived. So we have a non-exclusive license to the work, and it can and hopefully will stay on our server in perpetuity. But the artists still also have a copyright, so it's a non-exclusive license we have, but not an exclusive one, meaning they can show the works whenever they want and it just needs to be accompanied by a credited line, saying 'commissioned by Whitney Museum of American Art'. But technically there is a slight difference between works in the collection or permanently archived works with a non-exclusive license.”, Annexe V. Entretien avec Christiane Paul, Tome II, p.43.

A travers ces propos de la responsable, nous pouvons comprendre que ce qui semble crucial et constitue la condition essentielle de la collection du WMAA est ce droit exclusif sur l'œuvre :

« Si nous avons des droits exclusifs sur celles-ci, cela voudrait dire que l'artiste ne serait pas autorisé à les montrer partout, je veux dire que dans ce cas-là, seul le musée Whitney pourrait prendre ces décisions. Mais maintenant, la plupart des œuvres apparaissent dans les expositions et les artistes ont le droit de les prêter, je veux dire, que de toute évidence la terminologie semble être vraiment insuffisante quand il s'agit de travaux basés sur le net. (...) Eh bien, sinon, vous le savez, qui d'autre aurait le maître code de la copie de la pièce et serait accueilli en exclusivité sur notre serveur ? Mais maintenant, les artistes ont toujours leurs copies sur leurs serveurs. » (p.31)⁷⁶

Il s'agit donc ici d'une pratique différente de la pratique d'acquisition des autres sortes d'œuvres nouveaux médias, comme par exemple la bande vidéo. Avec le WMAA, nous voyons que la notion de collection est employée de la même manière qu'au musée traditionnel et le droit exclusif en est l'une des conditions principales. Cela diffère du cas du Centre Pompidou. Dans le cas de l'acquisition d'une bande vidéo au Centre Pompidou, par exemple, nous avons vu que la notion de collection est associée au droit non-exclusif sur l'œuvre⁷⁷, comme c'est le cas des œuvres en ligne du WMAA. Mais au Centre Pompidou, les œuvres sont considérées comme faisant partie de la « collection », contrairement à ce qu'il en est des œuvres en ligne du WMAA, lesquelles sont considérées comme de l'« archive ».

2.4. Conservation et restauration des œuvres nouveaux médias

⁷⁶ “[...] If we have exclusive rights to them, that would mean that the artist would not be allowed to show them anywhere, I mean only the Whitney museum could make those decisions. But now many of the works appear in exhibitions and the artists have the right to lend them, I mean, obviously the terminology seems to be so inadequate when it comes to net-based works. [...] Well, otherwise, you know, who else would have the master copy code of the piece and it would be exclusively hosted on our server. But now the artists still have their copies on their servers.”

⁷⁷ « ARTICLE 2 : Droits incorporels cédés Le cédant cède au Centre national d'art et de culture Georges Pompidou qui l'accepte au nom de l'Etat les droits incorporels ci-après désignés et ce pour la durée légale de la protection de la propriété littéraire et artistique et à titre non exclusif : », Annexe VIII. Contrat d'acquisition de la bande vidéo, Centre Pompidou, Tome II, p. 71.

Compte tenu des caractéristiques des œuvres nouveaux médias et des conditions spécifiques d'acquisition que nous avons examinées, nous pouvons supposer que les pratiques de conservation et de restauration de ces œuvres sont très différentes par rapport aux autres types d'œuvres. Avec les œuvres nouveaux médias, il s'agit non seulement de conserver un ensemble d'objets et de matériels techniques qui constituent l'œuvre dans son état initial ou de le réparer pour le conserver tel qu'il fut à l'origine, mais il faut également envisager une stratégie de migration et de remplacement du support et des équipements de projection. En évoquant les problématiques de la patrimonialisation de ces œuvres dans le musée, cette précarité physique liée à la grande vitesse d'évolution des médias a été déjà abordée et nous avons compris que ces œuvres nécessitent des soins et des maintenances spécifiques en termes de conservation et de restauration.

Au sujet de la conservation et de la restauration des œuvres nouveaux médias, Steve Dietz propose quelques principes ou stratégies modèles pour la conservation de ces œuvres numériques dans les musées : réactualisation, migration, émulation et documentation (Dietz, 2005, p. 97). L'étape de réactualisation [refreshing] actualise et transmet le contenu d'une œuvre sur un nouveau support et/ou un nouveau système de stockage. Cela peut être une copie d'une œuvre en CD ou de cassettes vidéo ou en d'autres supports qui vont apparaître. Un processus plus anticipateur que la réactualisation, la migration a pour fonction, non seulement de réactualiser ou de rafraîchir ces fichiers, mais de les convertir en des formats actuellement lisibles. Mais la migration prend beaucoup de temps, et ne garantit pas toujours que la mise en un nouveau format de logiciel conserve l'œuvre dans la durée⁷⁸.

Comme moyen d'utiliser un logiciel contemporain, l'idée d'émulation est de pouvoir encoder sur une machine contemporaine à partir d'un logiciel plus ancien - y compris le système d'exploitation d'un ordinateur - alors vous pouvez sauter la migration. Ainsi le logiciel original sera toujours praticable - tant qu'il peut être « rafraîchi » et ne s'est pas détérioré physiquement. Enfin la documentation est soulignée comme importante, et elle est également primordiale pour d'autres œuvres contemporaines. Dietz propose des stratégies précises pour la documentation des œuvres nouveaux médias : imprimer les

⁷⁸ Comme dans le cas de « 404 object page » de Jodi : <http://404.jodi.org/>

codes, quand il s'agit des œuvres écrites en langage d'ordinateur, ou documenter le contexte de l'œuvre, etc.

Voyons maintenant comment cela se passe et s'effectue au niveau pragmatique dans la vie des musées. Dans le cas du Centre Pompidou, par exemple, une partie du personnel du service de la restauration et du service des collections exerce ses missions au sein des réserves du musée, localisées en dehors du bâtiment principal⁷⁹. Lors de l'acquisition d'une bande vidéo, par exemple, le Centre Pompidou précise également les conditions liées à la conservation et la restauration. Son contrat type d'acquisition de la bande vidéo mentionne le droit de copie et de tirage lié à l'usure de l'œuvre, ceci dans l'article optionnel concernant l'autorisation de tirage dans le contrat :

[...] En cas de perte, vol, détérioration, usure de la copie, et compte tenu de l'acquisition des droits incorporels attachés à l'Œuvre pour la durée légale de protection de la propriété littéraire et artistique, il est convenu que pour permettre l'exercice par le Centre Pompidou des droits cédés, ce dernier bénéficie d'une autorisation de tirage à ses frais d'une copie de remplacement auprès du laboratoire ou tout autre lieu de dépôt où est déposé le matériel original : [...]
(Annexe VIII. Contrat d'acquisition, Centre Pompidou, Tome II, p. 73)

Avec cette condition, la collection peut être maintenue en état d'usage au-delà de la dégradation d'une bande acquise à un moment donné, ceci malgré l'évolution de la technologie en matière de support d'enregistrement informatique et d'équipement. Etienne Sandrin, attaché de conservation du service nouveaux médias du Centre Pompidou, souligne que leurs pratiques de la conservation et de la restauration des collections nouveaux médias sont basées sur les missions écrites du Centre :

« [...] c'est écrit dans le projet d'établissement⁸⁰. Quand on achète une œuvre, on a à

⁷⁹ Annexe II. Entretien avec Etienne Sandrin, 2014, Tome II, p. 7.

⁸⁰ « -Premièrement, d'inventorier, de conserver, de restaurer, d'enrichir, de présenter au public et de mettre en valeur les collections d'œuvres d'art dont le Centre national d'art et de culture Georges-Pompidou a la garde, dans les domaines des arts plastiques, des arts graphiques, de la photographie, du cinéma expérimental, de la vidéo, des nouveaux médias, de la création industrielle, du design et de l'architecture depuis le début du XXe siècle ; ces collections comprennent également les fonds documentaires et les archives qui les concernent ; -Deuxièmement, de présenter au public, en tous lieux, toute manifestation visant à diffuser et à approfondir la connaissance de l'art depuis le début du XXe siècle ; -Troisièmement, de

charge de la montrer, de l'entretenir, de la maintenir, de la conserver, et de la pérenniser et aussi de porter un discours scientifique. C'est toujours une base. [...] Donc ça oblige aussi le Centre Pompidou à avoir forcément des veilles technologiques pour répondre à ses missions. [...] Dans le tout premier d'achat d'une vidéo, il était dit que « étant donné l'usure de la copie, on reviendrait en cas d'usure, vers l'artiste, pour se procurer une deuxième copie ». Mais maintenant des choses sont complètement différentes. C'est-à-dire que des œuvres achetées sous format original U-matic, le Centre ayant pour mission de pérenniser, elles ont été transférées sur le Beta PAL dans des formats analogiques. Ensuite des Betacam PAL ont été transférés sur des Beta numériques. Aujourd'hui, on est en face de la dématérialisation des supports, pour ce qui est donc du Betacam numérique, on passe à de la conservation et de la diffusion numérique. [...] » (Annexe. II. Entretien avec Etienne Sandrin, 2014, Tome II, p. 8)

Ainsi aujourd'hui le Centre Pompidou dispose deux sortes de formes numériques, c'est-à-dire une pour la conservation et une autre pour la diffusion : Pro Res HQ pour la première, qui est le Master de référence en termes de fichier d'exploitation ; et H264 pour la deuxième qui est un format moins fort utilisé pour la diffusion en interne. Mais ce schéma change constamment avec l'évolution du domaine. En parallèle avec ce travail habituel du Centre concernant la conservation et la restauration, un projet de numérisation de la collection Nouveaux Médias a été effectué et achevé en 2007. A cette époque, le schéma fut de disposer des masters des œuvres pour la conservation et des fichiers numériques à faible définition pour la diffusion (Annexe II, p. 10). Bien que le premier but de ce projet ait concerné la diffusion des œuvres auprès du public (Annexe I, p. 6), nous pouvons dire, globalement, que ce travail faisait partie du travail de conservation des œuvres, puisque disposer d'un format reproductible aide à éviter l'usure des supports originaux qui pourrait provoquer une dégradation.

Mais quand un musée collectionne une bande vidéo relevant de la grande distribution sans un contrat type comme le Centre Pompidou en a établis, l'affaire devient plus compliquée. Lors de l'achat d'une copie de vidéo chez un distributeur, sans qu'un contrat ne lui soit lié, le droit du musée concernant la collection prend fin avec l'obsolescence du matériel technique lié à cette copie. Avec cette situation, Zeppetelli au

MACM souligne que parfois les distributeurs se substituent aux vrais conservateurs de l'œuvre à long terme :

« Mais il y a peut-être quelques problèmes de conservation ou de distribution avec les vidéos. C'est vraiment problématique. La plupart des mono-bandes sont distribuées par les distributeurs de ces œuvres et à chaque fois qu'on achète une vidéo, on n'achète pas l'œuvre. On achète une copie. Quand on passe par un distributeur [...], on achète le droit de diffusion limitée, souvent selon le temps de vie de la bande qu'on acquiert. Et ainsi les distributeurs se voient comme les vrais conservateurs de l'œuvre à long terme. Donc quand on achète ces œuvres via les distributeurs, on ne les paye pas des montants importants, car on achète une copie, et quand on n'est plus capables de s'en servir, on la rachète, une copie. »⁸¹

D'autre part, certains musées développent des stratégies spécifiques pour la restauration des œuvres nouveaux médias. En la matière, le ZKM est une des institutions muséales des plus actives ; il a étudié cette question de la conservation et de la restauration des médias en tant que l'une de ses tâches majeures, ceci dès le début de son existence. En 2004, le ZKM a fondé un laboratoire réservé aux anciens systèmes vidéo, et c'est le seul centre de recherche dans ce domaine en Europe. Il s'y développe des méthodes de restauration des bandes et cassettes vidéo remontant jusqu'à quelques dizaines d'années d'âge, vidéos qui ne peuvent plus être projetées ou montrées, en raison de la dégradation des bandes elles-mêmes et/ou de l'obsolescence du projecteur d'origine. Avec un équipement constitué de plus de 300 appareils, le laboratoire est en mesure de convertir quelques 50 différents formats de vidéo datant du milieu des années 1960 jusqu'aux années 1980. Cela se fait sous une forme numérique de haute qualité et ainsi cela sécurise la vidéo sur le long terme. L'objectif du laboratoire est la restauration scientifique, la conservation et l'archivage des collections du ZKM avec l'aide d'équipements subventionnés par des ressources privées et publiques⁸² : il se décrit comme une « Arche de Noé numérique » qui enregistre l'art des médias en voie de disparition.⁸³

Le premier système de sauvegarde des œuvres au ZKM a été la « Jukebox » qui était également destinée à la diffusion auprès du public. Elle ressemble physiquement à un

⁸¹ Annexe III. Entretien avec Anne-Marie Zeppetelli, p. 24.

⁸² Le budget du ZKM consacré à la conservation et la restauration représente à peu près 7 % du budget général (Bureau, 2009, p. 83).

⁸³ [http://on1.zkm.de/zkm/stories/storyReader\\$5575](http://on1.zkm.de/zkm/stories/storyReader$5575) (dernière consultation le 14/02/2014)

grand placard, elle est installée actuellement dans le Musée des Médias afin d'être exposée. Sa fonction principale était identique à celle d'un véritable juke-box ; garder les œuvres et les distribuer. Elle contenait plusieurs centaines de CD-Rom et un bras mécanique livrait à la place du lecteur les CD-Rom choisis. Malgré l'innovation que cet outil a représenté à l'époque, à peine 10 ans plus tard, le système est devenu un « dinosaure » technologique, vraiment désuet. Par exemple, il pouvait contenir un Terabyte d'informations, ce qui était révolutionnaire à l'époque, mais aujourd'hui un simple disque dur peut contenir facilement autant d'informations et cela ne cesse d'évoluer.

Le ZKM a donc décidé de passer à un autre système à bande magnétique qui s'appelle le « stockage profond [Deep Storage] ». Sur cette bande magnétique, il sauvegarde les données numérisées non compressées. Et pour les CD, ce sont toutes les copies d'exposition et pour les rendre accessibles au public, il travaille avec les fichiers Mpeg 3 ou 4 sur de nombreux serveurs⁸⁴. Il y a donc deux systèmes au ZKM : le premier étant la « prison » de haute sécurité ou le stockage en profondeur avec des données non compressées, ce qui est quelque chose comme le stockage des bandes digi-master originales sur bandes magnétiques, dites les bandes LTO (Linear Tape-Open). Et le deuxième système est la conservation sur des serveurs qui ne gardent que les fichiers Mpeg capables d'une réponse rapide⁸⁵. Ainsi nous pouvons tracer l'évolution des médias dans l'évolution de la stratégie des musées pour la conservation et la restauration.

Concernant les œuvres sur Internet, les musées développent différentes stratégies de conservation. Sachant que le concept de conservation d'une œuvre de ce type est défini par son « état » d'être en ligne, il comporte une contradiction et une nécessité de délimitation des actes associés au savoir faire. En dehors de ce problème d'identification du sens de la conservation, le musée a besoin de se former et d'être techniquement équipé s'il souhaite rester autonome et compétent dans la conservation et la restauration de ces œuvres. Au sujet de la conservation des œuvres sur Internet, Christiane Riedel au ZKM partage l'expérience de l'institution :

⁸⁴ Formats du fichier exploités en 2011. Cela peut changer bien évidemment avec l'évolution technologique des ordinateurs.

⁸⁵ Annexe VII. Entretien avec Christiane Riedel, p. 66.

« Le problème avec le projet sur le Net est de savoir comment conserver. Nous avons perdu plusieurs projets en réalité. Nous avons produit plusieurs projets en ligne en collaboration avec des entreprises ou des groupes d'artistes. Mais, nous avons eu quelques mauvaises expériences avec les entreprises, car certaines d'entre elles n'ont pas maintenu le serveur en état de fonctionner pendant plus de trois ans. Un projet a donc définitivement disparu, ce qui est vraiment dommage. Dans l'avenir, nous préférons produire au ZKM, sous nos propres responsabilités. Comme cela, nous pourrions aussi avoir la possibilité de conserver et de restaurer les œuvres. »⁸⁶

Quelle que soit la stratégie de conservation et de restauration – d'être autonome en soi ou de collaborer avec d'autres instances compétentes –, il semble que les musées sont d'accord sur le fait que le meilleur moyen de sauvegarde est de maintenir les œuvres sur Internet en vie, c'est-à-dire en exposition en ligne. Christiane Paul au WMAA souligne que la stratégie de conservation du Net art doit être élaborée en considération de la spécificité de ces œuvres :

« [...] Et un autre aspect important pour moi a été, en fin de compte, la conservation. Parce que peut-être nous développons des stratégies de conservation, mais l'un des paradigmes importants pour cette conservation [des œuvres sur le Net] est de diffuser ou de disparaître. Tant qu'il y a encore des copies réparties aux alentours, les artistes ayant leur propre copie, la survie de l'œuvre semble beaucoup mieux garantie que si c'est juste conservé dans un seul serveur. »⁸⁷

A travers l'examen de certaines pratiques muséales en matière de conservation et de restauration, nous voyons que la question de la conservation et de la restauration est un facteur essentiel pour définir les conditions d'acquisition mais également d'exposition et de diffusion des œuvres nouveaux médias. Les institutions doivent donc toujours anticiper

⁸⁶ "The problem with the Net project is how to conserve it. So we lost several projects actually. We produced them in collaboration with companies or artists groups. So we had some bad experiences with companies, because they didn't run the server more than three years. One project definitely disappeared, so that's really a pity. In the future, we would prefer to produce in ZKM within our responsibilities. Then we could also have the possibility to conserve and restore the works.", Annexe VII, Entretien avec Riedel, p. 65.

⁸⁷ "[...] And another important aspect for me was ultimately the conservation. Because maybe we are developing the conservation strategies, but one of the important paradigms for conservations is distribute or die. As long as there are still copies spread around, the artists sufficiently have their own copy, the survival of work seems much more guaranteed than if it's just in one server.", Annexe V, Entretien avec Christiane Paul, Tome II, p.44.

et gérer l'avenir de ces œuvres. Les stratégies de conservation et de restauration des œuvres nouveaux médias reflètent par elles-mêmes l'évolution des médias.

CONCLUSION DE LA DEUXIEME PARTIE

Quels types de problématiques posent ces œuvres lorsqu'elles sont accueillies au musée ? Que recouvre réellement le terme « nouveaux médias » dans le domaine muséal ? Quelles sont les stratégies des institutions muséales pour aborder, catégoriser, réunir les œuvres nouveaux médias ? Afin de répondre à ces questions de recherche, nous avons examiné la médiation primaire des œuvres nouveaux médias à travers un certain nombre de cas de figure de musées. Cette médiation primaire est une étape du travail du musée qui donne une base théorique et pratique à une exposition des œuvres, c'est-à-dire avant que les œuvres ne soient accessibles au public.

1. Gestion variée et spécifique des médias électroniques dans leur hétérogénéité

Chaque institution a une manière différente de collectionner, de traiter et de conserver des œuvres nouveaux médias, ceci correspond à notre hypothèse de départ. Nous avons constaté, selon notre hypothèse, qu'il n'y a pas de consensus absolu en termes d'appellation des œuvres dans le domaine muséal : cette absence de consensus terminologique a été déjà détectée lors de la délimitation de l'objet de recherche au niveau théorique (première partie). En dehors de l'expression « nouveaux médias » que nous avons choisie dans la présente recherche, plusieurs expressions sont actuellement utilisées dans le domaine muséal, selon chaque contexte. Dans tous les cas de figure que nous avons examinés, les expressions sous-catégoriques (« vidéo », « site Internet », etc.) ou celles appuyées sur les caractéristiques (« art basé sur le temps (time-based art) », « image en mouvement (moving image) », etc.) sont employées, même quand il y a une appellation globale concernant une collection.

En fait ces collections couvrent un contenu extrêmement varié avec des médias électroniques très hétérogènes qui peuvent aller des bandes U-matic aux jeux vidéo numériques et interactifs. Il est donc très difficile de trouver un mot qui peut couvrir l'extrême diversité des œuvres. Dans le cas du ZKM, il a donc appliqué le terme « média »

désignant l'objet principal de la collection de l'institution, un terme assez peu précis mais qui couvre un domaine élargi. Le choix terminologique est en réalité quelque chose qui reflète la spécificité et le parcours historique de ces œuvres dans chaque institution.

Le Centre Pompidou dispose deux services de collection pour les images en mouvement : service Cinéma expérimental et service Nouveaux Médias. Si le WMAA dispose également de deux départements en la matière : « Film and Video » et « New Media », l'organisation des collections est un peu différente, car la délimitation des « new media » n'est pas la même que celle des « nouveaux médias » du Centre Pompidou. Ainsi qu'examiné, la première délimitation concernant les nouveaux médias par rapport au développement numérique a commencé de se répandre autour de 1994, et la deuxième par rapport au début de l'art vidéo autour de 1968. Nous voyons ainsi ces deux définitions de « nouveaux médias » dans le domaine muséal qui correspondent à l'analyse théorique du terme effectuée dans la première partie de thèse. Enfin nous constatons qu'il s'agit, avec ces termes, de vrais « faux amis » qui peuvent provoquer quelques malentendus.

Un département d'un musée est bien évidemment évolutif par rapport aux besoins et demandes de chaque époque. Comme il s'agit d'un domaine qui évolue avec le développement des médias, la vitesse du changement est relativement plus rapide que dans les autres départements. L'évolution de l'appellation du département, l'évolution de l'organisation des collections concernées et la création d'un nouveau département concerné ne sont pas une exclusivité du Centre Pompidou et celui du WMAA.

Le MoMA à New York, par exemple, a changé l'intitulé du département « film », établi en 1935, au profit de « film and video » en 1994 pour s'adapter à l'expansion de la collection au niveau de sa diversité et de sa taille. Ensuite à l'arrivée de la nouvelle technologie dans l'art contemporain, l'intitulé a été encore modifié pour celui de « Film and Media ». En 2006, le musée a créé un département « Media » en divisant le département existant « Film and Media », en deux, ceci afin de mettre l'accent sur les œuvres fondées sur les images en mouvement, créées et présentées dans le contexte du musée. Enfin en 2009, le musée modifie à nouveau l'intitulé du département en « Media and Performance Art » afin de répondre à l'augmentation de la présence de l'art de la performance associée aux médias dans l'art contemporain ; actuellement le musée garde

cette expression. Cet historique des changements d'intitulé montre que la vitesse de l'évolution du domaine et la politique muséale d'adaptation à ce changement, est devenue plus souple que celle d'auparavant.

Ainsi le statut et l'organisation de la collection au sein du musée se varie : 1. Avec un département particulier de la collection, comme dans le cas du Centre Pompidou et celui du WMAA. 2. Sans département particulier, comme dans le cas du MACM. 3. Une institution entièrement vouée aux nouveaux médias, comme le ZKM.

Même dans le cas où un musée détient de collections d'œuvres du domaine, et/ou il dispose d'un département spécifique, l'organisation de la collection varie. Il peut y avoir davantage qu'un seul service. Et cette division est particulière à chaque institution. Même dans le cas d'absence de département consacré à la collection, il y a quand même une conscience des spécificités du domaine, comme dans le cas du MACM qui dispose d'un service de programmation très dynamique « créations multimédias » et d'un dispositif spatial pour cela (la salle BWR).

En somme, bien que chaque musée emploie l'expression « nouveaux médias » selon son contexte géoculturel et sa propre convenance, il existe une réelle conscience des spécificités de ces œuvres au sein de la collection institutionnelle. De ce fait cette expression n'est pas employée par tous les musées et quand nous retraçons l'histoire des intitulés des services concernés à ces œuvres, nous voyons également l'évolution technologique des médias. Quand il s'agit des nouveaux médias, il est vrai qu'à un moment donné ceci n'est plus une question de support. C'est plutôt un point de vue différent par rapport à la tradition de l'art et celle de l'image en mouvement.

2. Problèmes techniques de conservation et restauration

Quand nous voyons l'aspect physique de ces œuvres, les musées se confrontent à plusieurs niveaux de problèmes concernant la conservation et la restauration de ces œuvres : d'une part, comment réparer ce qui est déjà entré en désuétude et n'est plus utilisable, comme on voit dans le cas de la bande vidéo analogique ; et de l'autre, comment conserver ce qui est

actuellement encore « vivant », mais va devenir obsolète, probablement très rapidement avec la vitesse du développement de la technologie, comme on voit dans le cas du rythme de renouvellement du langage de l'ordinateur [Computer Language] tous les trois mois (Dietz, 2008). Mais ces deux niveaux de problème ne sont que ceux qui concernent la dégradation du support d'enregistrement de l'image et du son. La collection institutionnelle rencontre encore un autre niveau de problème au niveau purement technique : l'obsolescence des équipements qui font fonctionner le contenu de l'œuvre. Même si un support numérique comme un DVD est bien conservé dans des conditions optimales, s'il n'y a plus de lecteur qui fonctionne, accessible sur le marché, la question de la conservation devient extrêmement problématique.

Chaque institution développe des stratégies et politiques en matière de conservation et de restauration. Mais dans la plupart des cas, la tâche de la restauration est confiée à un service externe spécialisé, sauf dans le cas du ZKM. Le Centre Pompidou précise un droit de copie/retirage en prévoyant la future usure d'une bande vidéo acquise. Le WMAA exige au moins deux exemplaires de bandes lors de l'acquisition : l'une dans un état original et l'autre en format *submaster* numérique, qui comporte actuellement le moins de risque de dégradation. D'autre part l'acquisition d'une bande vidéo dans la grande distribution pose un certain problème non seulement au niveau du matériel, mais aussi au niveau du droit: dans certains cas, la collection ne peut durer que pendant la vie matérielle du média, qui devient de plus en plus courte avec le renouvellement des équipements du marché. Ici avec la conservation et la restauration, il ne s'agit pas de réparer ce qui est usé, mais plutôt migrer ou renouveler sur un autre support, ce qui modifie la notion de conservation et celle de restauration traditionnelles. Ou oblige le musée à repenser son rôle.

La restauration des médias anciens est très onéreuse, car quand un média disparaît de la vie quotidienne et du marché, il n'y a que la solution de faire appel à des spécialistes, souvent rares, qui offrent des services très onéreux. Le cas du laboratoire de restauration des médias anciens au ZKM est donc un cas de figure rarissime. Mais quand on exerce une action comme la migration, souvent la qualité et certains effets initiaux, propre à l'original, disparaissent, ce qui est encore un autre problème, mais pour le moment, il ne semble pas qu'il y ait le choix.

En tout cas, avec les expériences acquises depuis l'intégration de ces œuvres au sein de l'institution, les musées sont conscients de ces problématiques et travaillent sur cette question d'une manière sérieuse. Non seulement ils créent des départements spécifiques dans ce domaine, mais ils développent également des stratégies sur la question de la conservation et de la restauration, comme c'est le cas par exemple avec le *Variable Media Initiative* du musée Guggenheim. Cette situation conduit à ce qu'aujourd'hui un certain nombre de musées se considèrent plutôt comme collègues ou collaborateurs potentiels ou effectifs, que comme des concurrents et ainsi beaucoup d'initiatives collectives ont été mises en place autour de la question de la conservation et de la restauration des œuvres de ce domaine.

Le projet « Matters in Media Art » est une de ces initiatives. Il s'agit d'un projet lancé en 2005, en collaboration de NAT (New Art Trust) et trois musées partenaires : le MoMA (Museum of Modern Art), le SFMOMA (San Francisco Museum of Modern Art) et la Tate, afin d'aider ceux qui collectionnent et conservent des œuvres basées sur le temps (par exemple, des vidéo, des films, des installations basées sur des logiciels).

Ces partenaires développent des pratiques communes pour l'entretien et la conservation des œuvres. Ils partagent ces pratiques en ligne afin de rendre accessible leurs travaux à tous, et afin de se faire connaître par un plus large public d'artistes et de collectionneurs. Ils ont publié leurs travaux sur les acquisitions et les prêts en ligne en 2005 et 2008 et établi la feuille de route du projet en tant que modèle pour l'échange inter-musée. Ils visent de suivre le rythme d'évolution des nouveaux formats des médias. Dans la troisième phase, l'objectif est d'élargir notre capacité à suivre le rythme de l'évolution des demandes, non seulement pour tenir compte de nouveaux formats de médias que les artistes utilisent aujourd'hui, mais aussi afin d'accroître cette capacité d'établir un modèle d'échange des savoirs en ce domaine en constituant un réseau partagé entre la recherche et la pratique.⁸⁸

3. Statut d'objets et diversité de l'usage du concept de « collection »

⁸⁸ <http://www.tate.org.uk/about/projects/matters-media-art>

Comme ces œuvres partagent certaines de leurs caractéristiques avec la musique ou le livre, la question de leur statut se pose constamment dans le domaine muséal. Par exemple, avec une bande vidéo, il s'agit d'un vidéogramme gravé ou enregistré sur la bande, et avec une œuvre interactive numérique, il s'agit d'un programme « écrit » en langage d'ordinateur, donc finalement ces œuvres existent à la fois en tant que documents et qu'œuvres d'art.

Ce statut flottant entre copie et original, ou entre archive (documentaire) ou œuvre (d'art) apparaît parfois à travers le mode de gestion de ces œuvres : par exemple avec la gestion d'une collection d'art vidéo de la médiathèque du ZKM. Bien que le statut de l'archive sonore du fonds de la bibliothèque Kandinsky au Centre Pompidou soit relativement clair, sur ce que sont les archives d'information, il n'est pas si facile de décider du statut de celles-ci dès lors qu'il s'agit d'œuvres-informations médiatiques. C'est-à-dire pas seulement des archives, mais aussi et en même temps des œuvres.

A travers les pratiques muséales en matière de collection de ces œuvres, il est clair que la notion de « collection » n'est désormais et dans le cas de ces œuvres, plus associée à un droit exclusif sur l'œuvre. Nous avons aussi constaté dans les cas du Centre Pompidou et du WMAA, que la notion de « collection » peut être entendue/comprise différemment avec les œuvres nouveaux médias. Tandis que les deux institutions conservent certaines œuvres du domaine à titre non-exclusif, le Centre Pompidou inclut ces œuvres dans la collection permanente ; ce qui n'est pas le cas du WMAA, notamment avec les œuvres en ligne. Ainsi nous voyons que l'interprétation du concept traditionnel du musée évolue avec ces œuvres nouveaux médias. Donc il paraît clair que ce type d'œuvre conduit le musée à changer ses pratiques comme ses définitions.

Enfin nous constatons qu'avec la collection de ces œuvres dans une institution, il s'agit surtout de l'acquisition d'un droit : le droit de présentation publique et le droit de copie/retrait. En fait, ce qui est important, c'est à qui le droit de reproduction appartient. Or, théoriquement il est possible de reproduire ces œuvres à l'infini. C'est dans l'intérêt du marché de l'art et dans celui de l'artiste qu'il faut essayer de réguler la situation avec un système de droits et d'édition limitée. Avec toutes ces particularités, le rôle du conservateur du musée pour ces œuvres ne reste pas celui de simple gardien des objets.

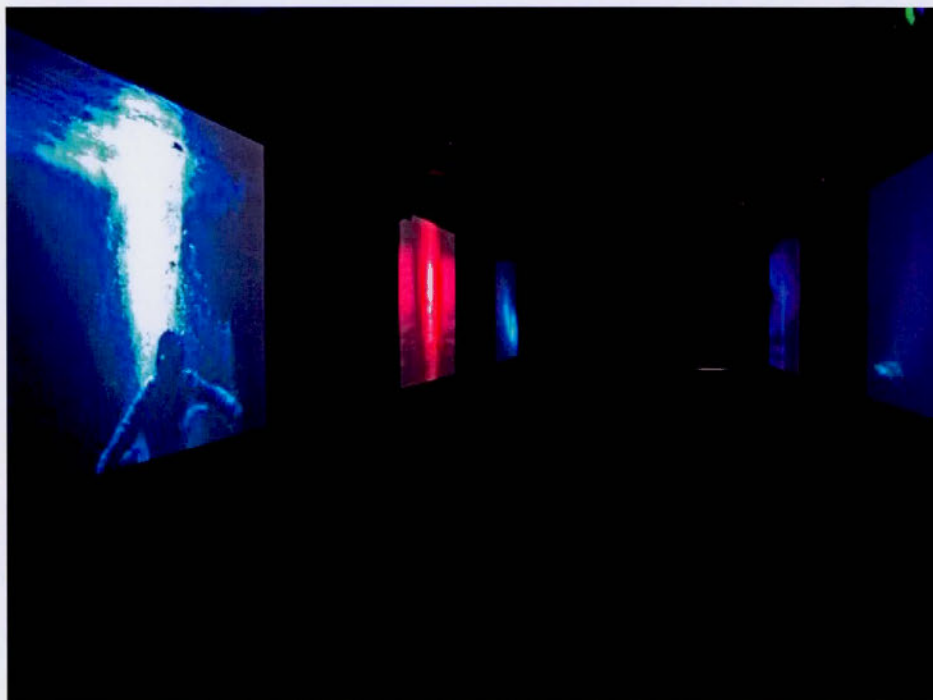
« Ainsi, il n'est pas seulement un acquéreur et un présentateur d'œuvres, il est aussi quelqu'un qui se tient au courant des développements technologiques, un juriste, un archiviste, un archéologue, un copieur invétéré, un transformateur d'espace. » (Van Assche, 2006, p. 31).

Nous voyons donc que les œuvres nouveaux médias qui, ne correspondant pas tout à fait à ce qui a été jusqu'alors considéré comme œuvre d'art, ont « interrogé » les fonctions et l'organisation du musée d'art et les ont modifiées considérablement, en suscitant adaptations et modifications. Elles ont poussé le musée même à se remettre en question et à concevoir son rôle en fonction de ce type d'œuvres, comme le cas du ZKM. Bien évidemment le musée peut être considéré en tant que médiateur qui se situe entre les œuvres et le public. Mais il est en quelque sorte le premier « public » de ces œuvres. Or le musée a, de fait, été confronté à de telles situation de déstabilisation depuis la fontaine de Duchamp.

Alors notre question est: comment ce travail effectué avec la médiation primaire va pouvoir rebondir et s'appliquer au niveau de la médiation secondaire, c'est-à-dire au moment de la rencontre des œuvres et du public ? Quels dispositifs sont proposés ? Nous allons approfondir cette question dans la prochaine partie.

FOCUS sur une œuvre

Bill Viola, *Five Angels for the Millenium* (2001),
5 vidéoprojecteurs, 10 haut-parleurs, 5 bandes vidéo, 4/3, couleur, son stéréo, 7'45 à 13'10



Il s'agit d'une installation audiovisuelle qui comporte cinq projections murales nécessitant un espace d'au moins 23 x 13 mètres. Cette œuvre est emblématique en termes d'expérience offerte au spectateur avec ses projections de grandes dimensions qui évoquent les cinq anges⁸⁹, lesquels sont métaphorisés par les images d'un homme plongeant dans l'eau puis en jaillissant soudainement, dans une extrême lenteur, irréaliste, accompagnée d'un son amplifié.

Cette œuvre reflète bien les particularités que les œuvres nouveaux médias peuvent présenter lors de leur patrimonialisation dans le cadre du musée. Il s'agit d'une édition en trois exemplaires avec deux épreuves d'artiste. De ce fait elle se différencie d'autres types d'œuvres comme la peinture qui est basée sur le principe d'unicité. Outre le fait qu'il s'agit d'une œuvre sous forme d'édition, ce qui a compliqué les choses est que l'achat a été effectué en commun par trois musées d'art contemporain mondialement reconnus ; le Centre Pompidou, le WMAA et la Tate. Etant donné qu'une des raisons de l'achat en

⁸⁹ L'ange partant [Departing Angel], l'ange de la naissance [Angel of Birth], l'ange du feu [Angel of Fire], l'ange ascendant [Ascending Angel] et l'ange de la création [Angel of Creation].

commun réside dans le prix très élevé de l'œuvre, ce cas d'acquisition commune révèle que les musées d'aujourd'hui se positionnent comme « collaborateurs » plutôt que comme « rivaux », afin, en ce cas précis, d'établir une stratégie d'acquisition par rapport au budget disponible (Tobele, 2010, p. 267).

L'œuvre de Viola suppose non seulement un contrat d'acquisition faite en commun mais aussi un contrat de copropriété afin de définir les droits et devoirs de chaque partie pour gérer tout éventuel conflit. Plus exactement, ces trois musées doivent gérer ensemble la question de « la propriété, la présentation, le transport, la manipulation et l'installation, l'assurance, la conservation, et les prêts de l'œuvre » (Anderson, 2002). Ainsi l'œuvre circule d'un musée à l'autre et y reste pendant une période définie dans le contrat de copropriété. Comme ces institutions sont établies dans différents pays, le droit de copropriété devient fort complexe. Si la vente d'une œuvre inscrite dans une collection muséale est autorisée aux États-Unis et en Angleterre sous la *Common Law*, elle est interdite en France selon la loi du Code Civil.

Pour autant le problème de l'achat commun n'est pas quelque chose de spécifique aux œuvres nouveaux médias, cette situation est imaginable avec n'importe quel type d'œuvre. Ce qui est particulier avec les œuvres nouveaux médias, c'est la gestion des équipements qui jouent un rôle déterminant dans la notion de l'œuvre. En respectant le souhait de l'artiste, l'acquisition de cette installation concerne non seulement les cinq masters audiovisuels, mais aussi les équipements et dispositifs nécessaires à la présentation de l'œuvre ; les projecteurs, les lecteurs, les amplificateurs, etc⁹⁰. Ce n'était pas une pratique muséale habituelle, mais dans ce cas, les équipements font, en quelque sorte, partie intégrante de l'œuvre.

Ce type d'acquisition oblige donc non seulement les institutions à prévoir les emballages pour la conservation et le transport de celle-ci, mais aussi un coût élevé de maintenance, de réparation, de remplacement éventuel de pièces techniques⁹¹. Quand nous regardons les caractéristiques techniques de cette œuvre, nous constatons que les choses sont bien loin de ce qu'il en est avec les œuvres traditionnelles. Cela montre autant ce que l'artiste peut exiger au plan des dispositifs techniques que le rôle de ces derniers comme partie prenante de l'œuvre. Bill Viola semble s'appuyer sur des expériences antérieures pour lesquelles les conditions de conservation muséale et des dispositifs techniques n'ont pas toujours répondu à ses attentes. Cet exemple résume donc les problématiques de la patrimonialisation des œuvres nouveaux médias dans le cadre muséal.

⁹⁰ Constitution de l'œuvre : -Équipements : 5 projecteurs du type Sony D-50 CRT, 5 bâtis de plafond PSS 70, 10 haut-parleurs stéréo, 5 lecteurs de DVD du type Pioneer 7400, 5 amplificateurs QSC, 5 égaliseurs de 15 MB de RAM, 5 structures de rangement d'équipement avec rayonnage, 10 transformateurs de 1000 W et des fils, câbles et prises électriques / -Pack de master d'archivage : 5 masters de Bêta SP Digital copiés directement du master original / -Copie d'exposition : 2 exemplaires de 5 copies DVDs, 1 exemplaire de 6 DVDs pour le pack de master d'archivage (Keith Cheng, 2006)

⁹¹ Idem.

TROISIEME PARTIE

Analyse des stratégies et des dispositifs
de médiation secondaire
pour les œuvres nouveaux médias

Après le travail préalable effectué dans la première partie : identification et délimitation de ces œuvres d'art que nous intitulons « nouveaux médias », les opérations d'accueil, d'organisation et de gestion de ces œuvres (la médiation primaire) ont été examinées dans la 2^e partie. Dans ces deux parties, nous avons vu que, en amont, ces œuvres n'ont pas nécessairement élu le musée comme lieu principal de leur diffusion. Ceci est dû, d'une part, à un esprit initial « anti-institutionnel », et de l'autre, à leur nature physique qui leur permet de circuler par les voies habituelles de diffusion des médias du quotidien (mises à part des installations nouveaux médias qui intègrent l'espace physique comme une partie de l'œuvre). Prenant cette particularité comme point de départ, la 3^e partie vise à analyser la médiation secondaire effectuée pour ces œuvres par le musée, c'est-à-dire les stratégies et les dispositifs de présentation (mise en exposition) de ces œuvres collectionnées, inventoriées, conservées et restaurées par le musée selon une catégorie spécifique (la médiation primaire).

Dans un premier temps, dans cette troisième partie, nous examinons les caractéristiques, la signification, le contexte, et les conditions de l'acte d'exposer les œuvres d'art dans un musée. Il s'agit d'une étape que nous avons qualifiée de médiation secondaire, laquelle se situe dans la rencontre directe des œuvres avec le public. Etant donc essentielle dans la mission du musée, cette étape de médiation s'organise sous la forme de l'« exposition ». Donc dans le chapitre 7, nous examinerons les caractéristiques pragmatiques et symboliques de la place qu'occupe l'exposition dans la fonctionnalité du musée.

Dans un deuxième temps, nous examinerons ce en quoi les œuvres nouveaux médias comportent des problématiques et des particularités qui se révèlent durant cette étape de la médiation muséale. Ensuite nous cernerons les pratiques établies par le musée en ce qui concerne les différentes modalités de médiation secondaire, ceci en s'adaptant à aux problématiques de la médiation secondaire des œuvres nouveaux médias. En raison des particularités d'hétérogénéité et de complexité des œuvres nouveaux médias, que nous avons explicitées dans la première partie, et qui les différencient par rapport aux œuvres ayant déjà une pratique bien établie et calée au sein de musée, les œuvres nouveaux médias bénéficient de modalités de médiation, qui dépassent celles de l'« exposition » dans sa définition courante, modalités beaucoup plus variées que pour d'autres types

d'œuvres.

Dans un troisième temps, parmi ces diverses modalités de présentation des œuvres pratiquées par le musée, nous examinerons l'« exposition » en tant que médiation secondaire des œuvres nouveaux médias. Au niveau méthodologique, nous effectuerons une étude sémio-pragmatique sur l'exposition « elles@centrepompidou » (du 27 mai 2009 au 21 février 2011), une exposition d'œuvres choisies de la collection permanente du Centre Pompidou. Avec ce cas de figure, nous regarderons de plus près les situations de médiation appliquées aux œuvres nouveaux médias par le musée dans une exposition. Ces situations de médiation seront analysées par rapport aux éléments paratextuels (dispositifs de médiation tels que les cartels explicatifs et les mises en espace) des œuvres nouveaux médias concernées.

CHAPITRE 7.

L'exposition en tant que médiation secondaire dans le musée d'art contemporain

Ce chapitre a pour but de préciser la place que l'exposition occupe dans le fonctionnement du musée, en tant qu'acte de médiation secondaire, c'est-à-dire, une étape de médiation muséale qui organise la rencontre directe des œuvres d'art et des visiteurs. L'examen de ce niveau de médiation muséale est important dans cette thèse, car ce lieu de médiation qu'est l'exposition, devient naturellement un lieu où s'effectue la réception des œuvres d'art par le visiteur, ce qui concerne également notre question de recherche.

Dans le modèle à trois niveaux que nous avons établi dans notre recherche pour la médiation muséale, la médiation secondaire a été qualifiée en tant que regroupant toutes les interventions organisées par le musée qui contribuent à préparer le contact direct des œuvres/objets d'art avec les visiteurs du musée. Donc, strictement dit, la médiation secondaire est une notion qui dépasse la forme de l'exposition et qui se présente bien souvent comme un parcours physique de présentation des objets. Cela veut dire également qu'il peut y avoir une définition élargie de l'exposition. Pourtant, il est indéniable que l'exposition est une forme de médiation secondaire muséale représentative, parmi d'autres. Dans ce chapitre, compte tenu de sa place centrale dans le fonctionnement du musée, les caractéristiques, le rôle et les fonctionnements de l'exposition seront examinés. Ensuite, nous examinerons, d'une part, son aspect physique en tant qu'objet matériel, et de l'autre, son aspect symbolique en tant que lieu ; l'analyse servira de base théorique à notre analyse des problématiques de la médiation secondaire pour les œuvres nouveaux médias dans le musée.

1. Les caractéristiques et les fonctionnements de l'exposition

Nous qualifions l'exposition comme étant la forme de médiation secondaire la plus pratiquée par le musée d'art, laquelle succède au travail d'acquisition et d'inventaire des objets et/ou œuvres d'art, étape de reconnaissance et de valorisation des collections. Or,

même si notre catégorisation de la médiation muséale est fondée sur un ordre processuel, ce travail de patrimonialisation peut procéder d'une exposition, notamment dans le cas de l'art contemporain. C'est-à-dire que même sans acte d'acquisition d'une œuvre, le musée peut organiser une exposition consacrée à un artiste, et il peut y avoir éventuellement acquisition d'œuvre(s) après l'exposition.

L'exposition a été déjà analysée comme une situation de médiation par d'autres chercheurs comme notamment Davallon. C'est-à-dire qu'avant de parler de la médiation comme intervention et/ou accompagnement de la visite d'exposition, nous pouvons considérer l'exposition comme une médiation à part entière. En la qualifiant de situation de médiation, Davallon a différencié l'exposition, d'une part de la situation pédagogique, cette dernière étant caractérisée par une relation dissymétrique imposée entre l'enseignant et l'enseigné, et d'autre part de celle de la communication dans le monde scientifique qui est caractérisée par une relation statutairement symétrique. Selon Davallon, la communication dans l'exposition crée une situation de communication ouverte, c'est-à-dire une situation de médiation qui privilégie la relation (Davallon, 2000, p. 268-270).

Précédant la médiation primaire, ou qu'elle procède de celle-ci, l'exposition consiste en un acte qui met en contact des œuvres avec le public. Le musée, surtout celui de notre époque, existe non seulement pour sauvegarder les patrimoines mais aussi pour les rendre accessibles au public. Donc un musée envisage par nature d'accueillir un public qui y vient pour avoir un contact avec les objets et/ou les œuvres d'art. Et dans le cas de l'exposition d'art, ce contact se fait avant tout par la vue : « [...] le moyen par excellence de l'appréhension sensible, notamment par la mise en présence, principalement destinée à la vue (visualisation, mise en montre, monstration, ostension), [...] » (Desvallées et Mairesse, 2011, p. 134).

Davallon a également souligné la place de l'exposition dans un musée et sa fonction de médiation. En analysant le musée comme un média, il a insisté sur l'importance du contact avec le public et sur la dimension constitutive de l'exposition du musée comme média, c'est-à-dire l'exposition qui permet la rencontre entre les objets et le public :

[...] Se dessinent donc les deux nouvelles entrées (en plus de l'objet) à partir desquelles penser le musée comme un média (au sens évidemment où je viens de

redéfinir ce terme). Premièrement, le musée étant, dans sa nature même, un espace de rencontre entre des acteurs et des *musealia*, tous les musées seraient faits pour un *public* qui vient regarder, contempler, découvrir, s'instruire – bref, nécessairement et avant tout entrer en contact avec les objets de musée.[...] Deuxièmement, l'exposition serait une dimension constitutive du musée comme média : organisant l'espace d'une rencontre, elle permet – et à la fois règle – la relation qui s'établit entre les objets et le public (Véron et Levasseur, 1983 ; Davallon, 1986). (Davallon, 2000, p. 235)

Cette étape de médiation secondaire est donc centrale dans le travail du musée et de ce fait l'exposition peut être considérée comme l'une des activités majeures du musée, un espace de diffusion et de réception des œuvres, même si le musée ne peut se réduire à l'exposition. En résumé, l'exposition peut être considérée comme l'une des caractéristiques fondamentales du musée.

Or, les pratiques de médiation secondaire ne se limitent pas à la seule forme « exposition », telle qu'on la comprend habituellement dans les musées. Par l'expression « médiation secondaire », nous entendons bien évidemment l'exposition que nous voyons sous forme de présentation d'œuvres, typique dans une succession d'espaces parallélépipédiques dans un bâtiment-musée, mais également tous les dispositifs qu'offre le musée pour organiser une rencontre directe entre les œuvres et les visiteurs. Cette variété de la forme des dispositifs est remarquable avec les œuvres nouveaux médias et nous y reviendrons dans le prochain chapitre.

Avec cette place essentielle de l'exposition dans la mission du musée, nous pouvons donc supposer que l'exposition n'est pas un simple étalage d'objets. L'exposition est un moyen de médiation qui propose la rencontre entre des œuvres et des publics, d'une manière concrète et organisée. Comme Véron et Levasseur l'ont souligné, « Exposer n'est pas tout simplement donner accès à un sens qui serait propre, en toute autonomie, à ce que l'on expose ; exposer c'est, toujours et inévitablement, proposer, de ce que l'on montre, un sens particulier. » (Véron et *al*, 1989, p. 21)

A partir de ce constat, plusieurs chercheurs ont analysé et compris l'exposition comme un langage, un texte, une communication ou un média. En la qualifiant de média au sens large, Davallon a expliqué les caractéristiques instrumentale, sociale et sémiotique

de l'exposition.

[...] La thèse est aujourd'hui connue (et reconnue) : l'exposition, ni simple réunion d'objets ou de textes, ni équivalent d'un texte, est en fait un *média*. Cela signifie qu'elle est simultanément : un fait instrumental (sa production nécessite la mise en œuvre de techniques ainsi qu'un savoir-faire de plus en plus spécifiques et complexes) ; un fait social (à ce titre, ses conditions de production et son opérativité sociale relèvent d'une sociologie) ; un fait sémiotique (elle est capable de communiquer et de signifier, c'est-à-dire de produire des effets de sens). Elle entre donc dans le registre des pratiques culturelles au même titre que le théâtre ou le cinéma dont elle est d'ailleurs assez proche par certains aspects. (Davallon, 2000, p. 88)

Enfin, Davallon a dégagé trois caractéristiques importantes du fonctionnement sémiotique de l'exposition. D'après lui, « ce fonctionnement sémiotique est spatial, pragmatique et informationnel, plus que linguistique, codique et communicationnel » (Davallon, 2000, p. 89). Examinons maintenant ces caractéristiques de plus près.

En ce qui concerne le fonctionnement spatial, nous voyons qu'une exposition d'art se fait dans un espace donné avec des stratégies de présentation d'œuvres en juxtaposition ou en emboîtement. En effet, l'exposition est « quelque chose qui se matérialise dans un espace physique tridimensionnel » (Velarde, 1988, p. 14). Glicenstein a également souligné l'aspect matériel de l'exposition comme une caractéristique importante de celle-ci. Il rappelle que l'exposition est à la fois une entité matérielle (un objet) et immatérielle (un geste) (Glicenstein, 2009, p. 13). A partir de cette définition, il insiste sur les résultats contradictoires de l'exposition : « [...] exposer, c'est à la fois produire une énonciation (un exposé), mais c'est aussi découvrir, mettre à nu, voire mettre en danger. C'est à la fois permettre de révéler (en un sens quasi photographique) et dévoiler : dénoncer et donner en exemple ; à la fois élever et rabaisser » (Glicenstein, 2009, p. 11).

Pragmatiquement, Davallon souligne que l'exposition fonctionne par le contact avec des objets, qui se précisent comme des œuvres dans notre recherche : c'est-à-dire que l'expérience des œuvres est plus importante que les signes codés et conventionnels. Donc le concepteur essaie de transmettre un message à travers une exposition, et cela se fait par

un travail de mise en relation : « [...], l'exposition peut être lue comme l'expression de l'équipe d'énonciation qui se prononce et dit quelque chose aux visiteurs par cette mise en exposition particulière » (Desvallées et Mairesse, 2011, p. 225).

En effet, par ce contact direct avec des œuvres, l'exposition crée un rapport entre les visiteurs et les messages à transmettre. Raymond Montpetit insiste sur la nature de l'exposition en tant que lieu de médiations :

[...] Comment la médiation joue-t-elle à l'échelle de l'exposition ? Nous répondons en premier lieu qu'elle met en relation, par l'intermédiaire des objets exposés, les visiteurs avec des lieux et des temps distants, autres que ceux de leur présent quotidien, avec, par exemple, ces mondes imaginaires qui sont ceux des artistes, ou avec des époques lointaines et révolues. Cette dimension documentaire confère aux objets exposés le statut de témoins de leur monde d'origine ; par elle, au travers des objets les visiteurs ont accès à ces mondes et peuvent se les imaginer. (Desvallées et Mairesse, 2011, p. 224)

Ainsi nous voyons que le travail de mise en relation devient important dans l'exposition, comme une médiation peut l'être dans quelque domaine que ce soit. Cette mise en relation qui se fait non seulement entre les visiteurs et les mondes imaginaires, mais aussi entre les différents acteurs de l'exposition (concepteurs¹, médiateurs², visiteurs,...) crée des interactions entre eux :

[...] L'espace d'exposition, dans cette perspective, se définit alors non seulement par son contenant et son contenu, mais aussi par ses utilisateurs – visiteurs ou membres du personnel –, soit les personnes qui entrent dans cet espace spécifique et participent à l'expérience globale des autres visiteurs de l'exposition. Le lieu de l'exposition se présente alors comme un lieu spécifique d'interactions sociales,

¹ Quand on voit l'exposition comme un langage ou un texte, son concepteur acquiert peu ou prou une place d'auteur. En réalité, il n'y a pas un seul auteur mais plusieurs. Dans ce rôle d'auteur de l'exposition, nous pouvons penser d'abord au conservateur du musée, mais pour la matérialisation de celle-ci, à l'architecte et au scénographe qui y collaborent également, et souvent d'une manière extrêmement créative. Aujourd'hui le conservateur assume souvent le rôle d'auteur, mais il y a la notion de commissaire d'exposition, un auteur de l'exposition en tant que « méta-œuvre » (Glicenstein, 2009 : 16), qui est apparue depuis les années 1960 et 1970. Dans la définition traditionnelle du terme, le travail d'organisation de l'exposition ne fait pas partie de celui du conservateur qui assume avant tout la préservation des œuvres d'art.

² Les médiateurs, dans le sens le plus en usage, sont les spécialistes qui interviennent au moment de la visite. Même si leur rôle principal concerne plutôt les actes de la médiation tertiaire et ces médiateurs ne sont pas à priori qualifiés comme acteurs de médiation secondaire, aujourd'hui ils participent parfois à l'élaboration des éléments d'exposition, comme notamment la rédaction du cartel explicatif.

donc l'action est susceptible d'être évaluée (Desvallées et Mairesse, 2011, p. 133).

Nous pouvons noter qu'aujourd'hui, l'artiste prend une place de plus en plus grande dans l'organisation de l'exposition, en tant, non seulement, que créateur des œuvres, mais aussi en tant que concepteur de sa propre exposition, voire de celle d'un ou plusieurs autres artistes. Il y a aussi, désormais, le visiteur que nous ne pouvons plus exclure comme acteur de l'exposition, notamment avec l'art contemporain qui lui attribue d'autres rôles que ce ne fut le cas antérieurement. La place du visiteur dans la conception d'une œuvre d'art ou d'une exposition change et évolue, même si la conception émane de l'artiste et du commissaire d'exposition. Le visiteur est non seulement un élément par défaut de l'exposition (car, tout simplement l'exposition est créée en supposant l'existence des visiteurs), mais il peut aussi devenir un participant-acteur de l'exposition. Ainsi, dans certains cas d'œuvres nouveaux médias, le visiteur n'est plus quelqu'un qui reçoit passivement³ les messages envoyés par le concepteur. Il est invité à participer à l'achèvement de l'œuvre, comme par exemple dans le cas d'une œuvre sous forme de CD-Rom avec un parcours à suivre selon la programmation de l'ordinateur. De ce fait il acquiert une place plus active au sein de l'œuvre et de l'exposition.

Enfin, Davallon souligne que le fonctionnement de l'exposition est plus informationnel que communicationnel. Il appuie sur la place de l'interprétation du visiteur dans le fonctionnement de l'exposition : « [...] Même lorsque l'exposition répond à une visée de communication, cette visée ne saurait couvrir et contrôler l'exposition dans sa totalité. [...] Toute exposition requiert donc de la part du visiteur un travail important d'interprétation d'éléments qu'il choisit plus ou moins à son gré » (Davallon, 2000, p. 90). Donc l'intention du concepteur et le contenu de l'exposition ne sont pas totalement transmissibles aux visiteurs. Chaque visiteur choisit les œuvres exposées et se les approprie à sa manière selon ses connaissances et l'intérêt qu'il peut leur porter.

Ceci rappelle la caractéristique de la médiation que nous avons évoquée dans la deuxième partie de la thèse. Comme plusieurs chercheurs l'ont déjà souligné, ces gestes de médiation secondaire peuvent ne pas toujours conduire à un résultat tel qu'il peut être

³ Or, il est discutable de dire que le visiteur d'expositions de peintures ou sculptures est passif, car l'absence d'une action physique ne signifie pas la passivité. Même si le visiteur ne réagit pas physiquement à une œuvre, il peut être très actif au niveau psychologique et intellectuel.

souhaité par le concepteur. Bernard Darras souligne aussi cette dimension de mouvance de la médiation ; « En soi, la médiation n'est qu'un processus, et une médiation peut avoir des résultats inadaptés ». Autrement dit, « des résultats plus désastreux que le problème qu'elle est supposée atténuer ou résorber ». (Darras interrogé par Thonon, 2003, p. 18). Cela est souvent le cas dans l'art contemporain qui, dans certains cas, cherche délibérément l'effet d'un « choc esthétique ». En effet, le sujet de la médiation de l'art est toujours l'un des sujets fréquemment débattu.

Dans ce sens, il y a toujours eu des oppositions à la médiation de l'art. Certaines positions élitistes supposent que l'art ne s'adresse pas à tout le monde, comme il en est, par exemple, des toutes dernières recherches scientifiques en chimie ou en physique (Adorno cité par Glicenstein, 2009, p. 132). Une autre opposition à l'égard de la médiation est basée sur le fait que les œuvres d'art se présenteraient, parleraient d'elles-mêmes. Enfin il y a une critique de la médiation en art affirmant que la médiation crée une valeur superflue qui s'ajoute aux œuvres d'art, laquelle empêche le contact neutre avec l'œuvre elle-même (Glicenstein, 2009, p. 131-138). Malgré ces positions, aujourd'hui il ne semble pas facile d'éviter la pratique de la médiation de l'art dans le domaine muséal, vu que l'acte même d'exposer l'art est reconnu comme une médiation.

A travers l'examen de ses caractéristiques et fonctionnement, l'exposition peut être considérée comme une étape fondamentale de la médiation muséale. En établissant le contact direct (privilégiant la vue) des œuvres avec le visiteur, elle se concrétise comme un objet spatial et pragmatique, dans le sens où ce contact avec les œuvres se fait dans un espace tridimensionnel. Dans le fonctionnement de l'exposition, l'interprétation des éléments de celle-ci par le visiteur est important, le visiteur qui s'approprie certains éléments de l'exposition selon le principe du choix. Alors quels sont ces éléments qui constituent une exposition d'art ? Quels éléments doivent être pris en compte au-delà des œuvres d'art, on peut dire les « héros » de l'exposition, pour l'analyse de l'exposition en tant que médiation à part entière ? Dans la prochaine section, nous allons examiner l'aspect de l'exposition en tant qu'objet.

2. L'exposition en tant qu'objet

Avant d'entrer dans les détails, rappelons ce qui a été précisé sur la médiation secondaire lors de l'établissement d'un modèle à trois niveaux de la médiation muséale. La médiation secondaire représente l'ensemble de ce qui se situe autour du montage d'une exposition. Nous avons distingué deux catégories dans cette étape de la médiation muséale : d'une part, ce qui peut être regroupé comme étant des « expôts », c'est-à-dire les œuvres d'art (« objets exposés ») et les dispositifs qui contribuent à la mise scène et en valeur des œuvres d'art, comme les vitrines, cartels, etc. qui constituent physiquement l'exposition (« objets outils »⁴) ; d'autre part, les dispositifs qui sont étroitement liés à l'exposition mais se situent un peu à distance de celle-ci, ayant pour but principal l'information, la documentation et la mémorisation, tels les catalogues d'exposition et les brochures qui ont un but informatif supplémentaire. Naturellement les seconds ne servent aux premiers qu'à les mettre en valeur et en scène avec ces éléments de guidage que sont les textes à différents niveaux (panneaux d'introduction, panneaux de section, cartels courts, cartels longs, etc.) et la mise en espace de cet ensemble constitué de vitrines, cloisons, éclairages, etc.(Tab. III-1)

| Objets directement constructifs | | Objets relatifs et supplémentaires |
|---|--|---|
| Objets exposés (expôts) | Objets outils | |
| <ul style="list-style-type: none"> ● Œuvres d'art ● Objets d'art ● Substituts (moulages, copies, etc.) | <ul style="list-style-type: none"> ● Cartels ● Panneaux d'explication ● Vitrines ● Cloisons ● Eclairage ● Mise en scène ● Bancs, sièges | <ul style="list-style-type: none"> ● Catalogue d'exposition ● Brochure d'exposition ● Audio-guide ● Site Internet du musée dédié à l'exposition |

Tab. III-1 : Les éléments constitutifs de l'exposition d'art en tant qu'objet (non-exclusifs)

⁴ Ces éléments « outils » peuvent encore être divisés en plusieurs catégories par rapport à leurs fonctions. En analysant la mise en espace des objets, Glicenstein a catégorisé l'intervention scénographique de l'exposition selon deux niveaux. D'abord un niveau plus convivial et/ou moins verbal, qui contribue à l'atmosphère de l'exposition. Il s'agit donc de dispositifs destinés à optimiser les conditions de visite, à la rendre la plus agréable possible (bancs, espaces de repos, lumière douce...). Ensuite il parle d'un niveau plus conceptuel, qui concerne la mise en scène du « message » que l'on souhaite transmettre aux visiteurs. Il évoque notamment le cartel explicatif, un des éléments importants de l'exposition en tant que médiation secondaire qui agit au moment de la rencontre directe avec les œuvres (Glicenstein, 2009, p. 101).

Ce qui est particulier avec les œuvres nouveaux médias est qu'elles ne marquent pas une frontière nette entre l'objet exposé et l'objet outil. Par exemple, un projecteur vidéo est non seulement un outil qui participe à l'énonciation du contenu, c'est-à-dire les images animées et le son d'une projection, mais il est également une partie intégrante de l'œuvre, car sans cela l'œuvre ne peut pas être l'œuvre reçue par le spectateur. Parfois le dispositif de construction qui configure la condition spatiale de l'œuvre se trouve dans une position discutable. Dans le cas de l'installation nouveaux médias, le dispositif devient une partie de l'œuvre elle-même. *Corps étranger* (1994) de Mona Hatoum en est un exemple : dans cette œuvre le dispositif « scénique » cylindrique est non seulement un outil qui garantit l'obscurité de l'espace en encadrant la projection, mais aussi un élément préfigurant l'espace et qui permet au spectateur d'avoir une expérience particulière (Fig III-1).



Fig. III-1 : Mona Hatoum, *Corps étranger*

Un des objets outils qui a une fonction relativement évidente avec les œuvres nouveaux médias est le cartel explicatif sous toutes ses formes. Aujourd'hui le cartel⁵ est devenu un élément presque indispensable de l'exposition des œuvres d'art, sauf bien évidemment dans certains cas où le concepteur refuse délibérément sa place dans l'exposition (Glicenstein, 2009, p. 101). Ce qui est remarquable est que cet outil reflète souvent le travail de la médiation primaire des œuvres d'art dans le musée : indications du département, date d'acquisition, précision sur la technique et le matériau de l'œuvre, les termes choisis adoptés par l'institution concernée, etc. Donc nous pouvons percevoir, à travers cet objet outil de l'exposition, le discours institutionnel sur l'œuvre concernée. Nous allons revenir sur cet outil de médiation dans le chapitre 9, lors de l'analyse du cas

⁵ Le cartel, qui fonctionne comme outil d'information dans l'exposition, est apparu au milieu du XIXe siècle, donc son histoire est relativement récente dans l'histoire du musée. Il est fait pour donner des informations sur l'œuvre aux visiteurs du musée, sans qu'ils consultent systématiquement un éventuel catalogue. Auparavant, il y avait une inscription sommaire sur le cadre ou sur le tableau lui-même.

de figure de l'exposition « elles@centrepompidou ».

Or, la théorie du « paratexte » de Genette est fort intéressante pour l'analyse des éléments de l'exposition que nous qualifions des objets « outils », qui contribuent à la mise en valeur des œuvres exposées. Genette rappelle que les conditions de présentation des œuvres littéraires, souvent sous forme de livre, nécessitent ces « paratextes », c'est-à-dire des éléments qui accompagnent le texte principal comme par exemple le titre, la préface, la table de matière etc.

[...] [le] texte se présente rarement à l'état nu, sans le renfort et l'accompagnement d'un certain nombre de productions, elles-mêmes verbales ou non, comme un nom d'auteur, un titre, une préface, des illustrations, dont on ne sait pas toujours si l'on doit ou non considérer qu'elles lui appartiennent, mais qui en tous cas l'entourent et le prolongent, précisément pour le *présenter*, pour assurer sa présence au monde, sa « réception » et sa consommation, sous la forme, aujourd'hui du moins, d'un livre. (Genette, 1987, p. 7)

Glicenstein transpose cette idée au sujet des œuvres littéraires au cas des œuvres d'art dans le contexte de l'exposition. Il dit que nous pouvons considérer tout ce qui existe dans une exposition pour présenter et/ou mettre en valeur les œuvres « exposés » (œuvres principales) comme des paratextes⁶. Enfin il voit l'exposition en tant que « modalité paratextuelle » d'accès aux œuvres. Ici bien évidemment il s'agit non seulement de textes au sens littéral, comme des cartels ou des panneaux de présentation, mais aussi de toutes sortes de gestes scénographiques comme l'éclairage, l'agencement, etc (Glicenstein, 2009, p. 119).

⁶ Genette a divisé le paratexte en deux catégories : le péri-texte et l'épi-texte. Le premier, c'est-à-dire le péri-texte est une sorte de paratexte directement lié au texte principal (œuvre), comme le titre et la préface, les notes de bas de page ou les notes de fin d'ouvrage, les sous-titres, etc. Alors que le second, l'épi-texte est une sorte de paratexte qui se place à l'extérieur du texte, comme par exemple un entretien, une interview, une correspondance, etc. Glicenstein a également fait un parallèle entre les éléments de l'exposition et la notion de paratexte : les éléments comme le texte d'introduction et le cartel peuvent être vus comme des péri-textes, et ainsi la conférence, les colloques, le dossier de presse, qui nourrissent l'exposition depuis l'extérieur, peuvent être vus comme des épi-textes (Glicenstein, 2009 : 109-110).

Ces deux éléments – le péri-texte et l'épi-texte – correspondent à notre première catégorisation des gestes de médiation secondaire proposée au début de cette section. Dans notre recherche, nous analysons surtout le cas du premier de ces deux éléments, c'est-à-dire les éléments péri-textuels qui constituent physiquement l'exposition et y sont présents, car l'objectif de la recherche porte également sur la réception des œuvres par les visiteurs durant la visite, où l'expérience et le contact direct avec des œuvres devient primordial.

Mais ce qui dans la recherche de Genette attire également notre attention, est le fait que ces paratextes sont décrits comme relevant de la notion de « seuils ». Ce qui est intéressant est que Genette explique ces éléments littéraires comme une notion spatiale : « seuil » ou « zone indécise » qui n'est ni intérieur, ni extérieur. Ici nous voyons une possibilité d'application de cette théorie à l'exposition, notre objet empirique, qui se matérialise avant tout en objet dans un espace tri-dimensionnel.

Plus que d'une limite ou d'une frontière étanche, il s'agit ici d'un *seuil*, ou – mot de Borges à propos d'une préface – d'un « vestibule » qui offre à tout un chacun la possibilité d'entrer, ou de rebrousser chemin. « Zone indécise » entre le dedans et le dehors, elle-même sans limite rigoureuse, ni vers l'intérieur (le texte) ni vers l'extérieur (le discours du monde sur le texte), lisière, ou, comme disait Philippe Lejeune, « frange du texte imprimé qui, en réalité, commande toute la lecture ». Cette frange, en effet, toujours porteuse d'un commentaire auctorial, ou plus ou moins légitimé par l'auteur, constitue, entre texte et hors-texte, une zone non seulement de transition, mais de *transaction* : lieu privilégié d'une pragmatique et d'une stratégie, d'une action sur le public au service, bien ou mal compris et accompli, d'un meilleur accueil du texte et d'une lecture plus pertinente – plus pertinente, s'entend, aux yeux de l'auteur et de ses alliés. [...] : réduits à son seul texte et sans le secours d'aucun mode d'emploi, comment lirions-nous l'*Ulysse* de Joyce s'il ne s'intitulait pas *Ulysse* ? (Genette, 1987, p. 8)

Ainsi le propos de Genette prend appui sur la caractéristique floue des paratextes : il explique, d'une part, la frontière peu nette entre les différents gestes de médiation dans l'exposition, malgré les efforts de catégorisation. Mais cela devient particulièrement intéressant car cette caractéristique ambiguë et propre au seuil se retrouve assez fréquemment dans le cas des œuvres nouveaux médias où des éléments environnementaux font partie de l'œuvre. A vrai dire, nous avons conduit notre réflexion sur le seuil à travers l'observation des œuvres et des visiteurs dans l'exposition-cas de figure avant de prendre connaissance de la théorie de Genette. Nous allons revenir à cette question de « zone indécise » lors de l'analyse des modalités de médiation secondaire des œuvres nouveaux médias.

Hormis tous ces éléments que nous venons d'examiner (objets expôts et objets outils), il y a des dispositifs supplémentaires de médiation mis en place dans les musées d'art : l'intervention humaine lors de la visite guidée, ou l'organisation d'un débat autour

des œuvres, comme une conférence. D'ailleurs, ces dispositifs sont le plus souvent compris comme représentant la médiation dans la pratique du domaine muséal. Comme nous l'avons précisé dans la partie précédente, nous catégoriserons celle-ci comme une médiation tertiaire, supplémentaire à l'exposition qui se construit après le montage de l'exposition en tant que nouvelle interprétation de l'exposition. Elle essaie de combler l'écart entre l'intention communicationnelle du concepteur et la réception des visiteurs, ce qui est signifié par le fonctionnement informationnel de l'exposition. C'est-à-dire que l'intention du concepteur n'est pas pleinement transmissible aux visiteurs mais que les visiteurs ont à choisir et à s'approprier ce qui est proposé dans une exposition.

Les œuvres nouveaux médias rencontrent également une situation problématique avec la médiation tertiaire, surtout avec celle qui s'effectue pendant la visite, comme une visite guidée, car une œuvre nouveaux médias engage une temporalité qui nécessite un minimum de concentration dans la durée. Quand nous appliquons une médiation comme une visite guidée, les différents discours de la médiation et ceux de l'art peuvent se superposer, et produire une situation plus que confuse. Dans le prochain chapitre, nous allons revenir à cette question de la médiation des œuvres nouveaux médias en situation de visite.

Nous avons ainsi examiné l'aspect de l'exposition en analysant ces éléments relevant de la catégorie de l'objet exposé et de celle de l'objet outil. La théorie de Genette a été éclairante pour l'analyse de la relation entre les deux statuts des objets dans l'exposition, ceci bien que le parcours de celui-ci qui concerne plutôt la littérature. Nous avons également constaté que la frontière entre ces deux statuts d'objets devient particulièrement floue quand il s'agit des œuvres nouveaux médias qui tendent à être à la fois les œuvres exposées et des objets outils. En dehors de l'identification de leur statut, les œuvres nouveaux médias, inscrites, le plus souvent, dans un déroulement temporel, rencontrent également une situation problématique avec une médiation qui implique un discours lui-même inscrit dans une certaine durée, comme c'est le cas d'un audio-guide ou d'une visite guidée.

3. L'exposition en tant que lieu

Le terme « exposition » ne désigne pas seulement le résultat de l'acte d'exposer des œuvres d'art ou des objets, mais aussi le lieu où l'on expose : « L'exposition, entendue comme contenant ou comme le lieu où l'on expose [au même titre que musée apparaît comme la fonction mais aussi comme le bâtiment], ne se caractérise pas par l'architecture de cet espace mais par le lieu lui-même, envisagé de manière générale » (Desvallées et Mairesse, 2011, p. 133). L'organisation de l'espace d'exposition est en effet liée à l'intention du concepteur qui crée un parcours générateur de sens avec des œuvres et certains objets « outils » que nous avons qualifiés comme étant des éléments paratextuels, selon les approches de Genette et de Glicenstein.

D'un point de vue pragmatique, l'exposition peut être qualifiée comme étant un lieu « artificiel ». Il s'agit d'une construction matérielle comportant des objets aux statuts divers (objets d'exposition et objets outils), qui forme un univers à part entière. Davallon a signalé que l'exposition crée deux sortes de « monde » (Davallon, 2000, p. 170). Le premier est un monde « réel » qui s'est constitué avec des objets (expôts et outils) que nous *voyons*, des lieux que nous *parcourons*, des visiteurs que nous *croisons* et *nous-mêmes* ; il s'agit d'un lieu qui se définit comme un « dedans » à l'opposé d'un « dehors ». Davallon le désigne comme un « espace synthétique ». Le deuxième est un monde en tant que « pur être de langage », qui est un monde « imaginaire » et « utopique », une « construction qui résulte de l'agencement de significations produites au cours des visites ». Donc, dans ce deuxième monde, l'exposition devient « un monde situé dans un ailleurs temporel ou spatial » (Davallon, 2000, p. 174).

Cette réflexion nous conduit à voir l'exposition en tant qu'« hétérotopie », selon la théorie de Foucault (2009), pour lequel, ce terme réunissant deux mots d'origine grecque « hétéro (autre) » et « topos (lieu) » signifie une « utopie localisée » ou un lieu physique de l'utopie⁷. Elle est une sorte de « contre-espace », destiné à effacer, à neutraliser et à

⁷ En instaurant l'« hétérotopologie », en science de l'hétérotopie, Foucault a défini six principes qui nous conduisent à la relier et à la rapprocher de la notion d'exposition d'œuvres nouveaux médias. D'abord il n'y a pratiquement pas une société qui ne constitue pas ses propres hétérotopies. Deuxièmement, une société peut supprimer une hétérotopie qu'elle avait établie antérieurement, ou en organiser une nouvelle.

purifier les autres lieux (Foucault, 2009). Or, Foucault a déjà qualifié le musée comme étant une hétérotopie de notre culture, un endroit où on arrête ou cumule les « temps » :

Aux XVII^e et XVIII^e siècles, les musées et les bibliothèques étaient des institutions singulières ; ils étaient l'expression du goût du chacun. En revanche, l'idée de tout accumuler, l'idée, en quelque sorte, d'arrêter le temps, ou plutôt de le laisser se déposer à l'infini dans un certain espace privilégié, l'idée de constituer l'archive générale d'une culture, la volonté d'enfermer dans un lieu tout les temps, toutes les époques, toutes les formes et tous les goûts, l'idée de constituer un espace de tous les temps, comme si cet espace pouvait être lui-même définitivement hors du temps, c'est là une idée tout à fait moderne : le musée et la bibliothèque sont des hétérotopies propres à notre culture. (p. 30)

Ainsi Foucault insiste sur cette « arrêt » du temps avec le principe du musée de l'époque moderne ; ce découpage singulier du temps définit également le musée comme une « hétérochronie » qui différencie encore une fois le musée de notre monde quotidien. Quand nous allons plus avant dans la réflexion, nous retrouvons cette même caractéristique dans l'exposition. Avec l'exposition d'art, il s'agit d'un rassemblement de toutes sortes de créations artistiques originaires de temps et lieux divers. Les œuvres exposées ont avant tout un statut spécifique ou supérieur par rapport aux autres œuvres, car le principe fondamental de l'exposition se trouve dans la sélection, quels que soient ses critères de choix. Ce fait qu'un objet (ou une œuvre) soit retenu, sélectionné pour être présenté dans le contexte d'une exposition rend la situation de l'exposition encore plus proche de quelque chose qui ressemble à une hétérotopie : elle est un lieu localisé de « chefs-d'œuvre », qui, en quelque sorte, matérialisent l'essence de l'art, donc elle est une utopie localisée⁸.

Troisièmement, en général, l'hétérotopie a pour règle de juxtaposer en un lieu réel plusieurs espaces qui, normalement, seraient, devraient être incompatibles –comme un passage parisien du 19^e siècle-. Quatrièmement, il se trouve que les hétérotopies sont le plus souvent liées à des découpages singuliers du temps : elles sont parentes des hétérochronies. Cinquièmement, les hétérotopies ont toujours un système d'ouverture et de fermeture qui les isole par rapport à l'espace environnant. Enfin, il y a des hétérotopies qui semblent ouvertes, mais où seuls entrent véritablement ceux qui sont déjà initiés⁷, comme nous pouvons voir certains visiteurs dans l'espace de présentation des œuvres nouveaux médias, sans porte à ouvrir, mais hésitant de franchir le seuil symbolique (Foucault, 2009).

⁸ Nous pouvons comprendre plus facilement le sens de l'exposition en tant qu'hétérotopie en faisant une comparaison avec le jardin d'agrément. Un tel jardin est considéré comme un lieu de passage ou de bref séjour : il rassemble des végétaux de différentes origines. Donc, même si chacune de ses composantes

Cette réflexion sur l'exposition en tant que lieu nous conduit également à une réflexion sur le *white cube* [cube blanc], qui est l'un des modèles représentatifs d'aménagement de la présentation des œuvres d'art dans le musée : c'est un lieu où les œuvres nouveaux médias sont fréquemment exposées dans le contexte de la médiation secondaire muséale. Tandis que les *period rooms* [salles d'époque], un autre grand modèle d'aménagement d'espace muséal, montrent les œuvres dans le contexte de leur époque de réalisation, avec une vocation pédagogique indéniable, où sont reconstitués les espaces intérieurs typiques d'une époque (Schubiger, 2010, p. 14), le *white cube* est un espace parallélépipédique, blanc et vide qui décontextualise les œuvres de leur période d'origine. Bien que la naissance de ce type d'aménagement d'espace muséal nu et blanc remonte à la fin du XIXe siècle, la scénographie de l'exposition fondée sur le *white cube* est devenue de plus en plus normative, voire conformiste, à partir des années 1960 et 70. En s'inspirant des pratiques d'exposition des grandes manifestations comme la *Documenta* de Kassel, en Allemagne et d'institutions comme le Guggenheim et le MoMA aux Etats-Unis, le registre conventionnel du *white cube* a acquis une place normative en tant qu'espace type de l'exposition (Glicenstein, 2009, p. 58).

Mais cette normativité fort répandue fait l'objet de critiques sur le *white cube* en tant que lieu d'exposition d'art. Ces critiques développent un point de vue qui dit que le *white cube* crée une certaine hiérarchie entre les œuvres d'art. Ce type d'aménagement spatial pouvant devenir un moyen efficace de séparer « le bon grain de l'ivraie » : par exemple les « moins bonnes » œuvres disposent de peu d'espace et de peu d'éclairage, alors que les « bonnes » œuvres sont présentées en pleine lumière ou isolées et profitant un espace spécifique. Donc selon cette critique, le *white cube* est un moyen utilisé pour établir des normes de qualité en art (Glicenstein, 2009, p. 59-60).

Les conceptions idéalistes du *white cube* ont également généré un autre type de critique. Il s'agit de la séparation que ce type de dispositif spatial produit entre l'art et la vie. Comme Brian O'Doherty l'a bien précisé, le *white cube* est un espace qui isole les œuvres d'art de tout ce qui distrait leur réception : « La galerie idéale élimine tous les

rappelle telle ou telle partie du monde réel, ce genre de lieu n'existe pas naturellement et repose sur la volonté de ses créateurs. Ainsi que Monique Mosser l'argumente, "(...) the garden opens the doors of another world which, though it presents elements of reality, finally transforms them by a simple process of fresh juxtaposition and impossible combination".

indices qui interfèrent avec le fait que c'est de l' « art ». Le travail est isolé de tout ce qui pourrait nuire à sa propre évaluation »⁹ (O'Doherty, 1986, p. 14).

Comme les lieux religieux, telle une église cistercienne ou une cour de justice, qui impliquent des comportements spécifiques, le *white cube* engendre une appréciation esthétique, à priori, de la part du visiteur. Ceci selon la théorie institutionnelle telle que l'a développée Danto, que nous pouvons sommairement résumer ainsi : du fait d'être exposées dans le *white cube* qui se place au cœur même de l'institution, les choses deviennent naturellement de l'« art ». La nature quasi sacrée de l'espace blanc dépouillé devient claire et il en émane l'une des grandes lois projectives du modernisme :

[...] Le monde extérieur ne doit pas y pénétrer – aussi les fenêtres sont-elles généralement condamnées. Les murs sont peints en blanc. Le plafond se fait source de lumière [...]. L'art y est libre de vivre sa vie. Peut être un bureau discret pour seul élément de mobilier. Le parquet de bois est ciré afin que vous y glissiez comme sur celui d'un hôpital, les moquettes sont si épaisses que vous vous déplacez en un silence parfait, afin que votre regard puisse rester rivé aux murs. (O'Doherty, 1986, p. 36)

Ce cadre de réception peut donc influencer la réception de ces œuvres par les visiteurs. En effet dans le musée, le public a « naturellement » acquis un comportement déterminé par les œuvres traditionnelles, comportement où la contemplation est de mise. McEvilley souligne que dans la galerie style *white cube* l'on accepte préalablement un niveau réduit de la vie ordinaire et du soi pour préserver l'intensité d'une activité séparée de ceux-ci et autonome. Quand nous réfléchissons un peu aux comportements que nous avons dans les musées, nous pouvons constater aisément qu'il y a un certain type de comportement qui s'impose aux visiteurs :

[...] Dans les galeries modernes et classiques, comme dans les églises, on parle à voix basse ; on ne rit pas, on ne mange ni ne boit, on ne se couche pas par terre, on ne dort pas ; on ne se met pas en colère, on ne chante pas, ne danse pas, ne fait pas l'amour.¹⁰ (McEvilley dans O'Doherty, 1986, p. 10)

⁹ "The ideal gallery subtracts from the artwork all cues that interfere with the fact that it is "art." The work is isolated from everything that would detract from its own evaluation of itself."

¹⁰ "For the sake of the intensity of the separate and autonomous activity of the Eye we accept a reduced

La critique porte également sur le fait que l'espace comme le *white cube* représente également un espace idéal du commerce de l'art, qui infléchit la nature même de l'œuvre. En effet, nous savons que la conception de ce type d'aménagement a également gagné les espaces que sont les galeries commerciales depuis les années 1920-1930. L'espace vide et blanc peut être considéré comme l'un des moyens idéaux de mettre en scène l'objet en tant que valeur marchande, ce qui, en conséquence, détourne notre attention de la rareté et de la valeur esthétique de cet objet au profit de sa valeur spéculative.

Pour autant, les pratiques artistiques de cette époque des décennies 1960 et 1970 étaient fort diverses : art vidéo, art conceptuel, *Land Art*, *Body Art*, performance, installation, etc. En partie contre cette omniprésence dominante du *white cube* dans le monde de l'art, les artistes de la vidéo à ses débuts, ou par exemple, des artistes membres de Fluxus, tentèrent avec détermination d'effacer la frontière entre l'art et la vie. Ainsi nous voyons là poindre une contradiction dans l'approche du *white cube* considéré par ces artistes comme un espace institutionnel normatif de l'art. En effet, pour les œuvres nouveaux médias, le lieu d'exposition ne se limite pas à l'espace clos institutionnel ou de la galerie, car il y a aussi la pratique du plein air et de l'in situ, comme dans le cas des sites naturels où s'est déployé le *Land Art* ou encore dans le cas des installations travaillant avec un site choisi par l'artiste ou qui lui est proposé. Ici on doit ajouter l'espace virtuel d'Internet, espace qui devient particulièrement important dans le cas de l'exposition des œuvres nouveaux médias. Enfin nous constatons qu'il y avait une sorte d'incompatibilité dès le début, entre l'espace institutionnel du type *white cube* et les œuvres nouveaux médias. Ceci offre un point de départ pour la réflexion sur les différentes configurations spatiales des œuvres au sein d'espace consacré à l'exposition dans le musée.

Dans cette section, nous avons examiné les caractéristiques symboliques de l'exposition en tant que lieu muséal où sont présentées les œuvres nouveaux médias. A travers l'analyse de la mise en exposition de Davallon, à travers la théorie de Foucault concernant l'« hétérotopie » et avec une réflexion critique sur le *white cube*, l'exposition peut être

level of life and self. In classical modernist galleries, as in churches, one does not speak in a normal voice ; one does not laugh, eat, drink, lie down, or sleep ; one does not get ill, go mad, sing, dance, or make love."

qualifiée comme un « monde » différent qui se situe à distance de notre vie quotidienne. Or, avec des œuvres nouveaux médias, cet espace standardisé de la présentation de l'art peut rencontrer une situation problématique, car dès le début de son histoire, ces œuvres ont cherché les moyens de relier la vie et l'art, de les rapprocher sinon de les confondre. Nous allons revenir à la question de la configuration spatiale des œuvres nouveaux médias dans le chapitre 9, lors d'une analyse sémio-pragmatique sur la médiation secondaire des œuvres nouveaux médias dans le cadre de l'exposition.

CHAPITRE 8.

La médiation secondaire des œuvres nouveaux médias dans le musée d'art contemporain

Suite à l'examen des caractéristiques de l'exposition, que nous nommons étape de médiation secondaire, ce chapitre vise à s'approcher au plus près des problématiques particulières que posent les œuvres nouveaux médias lors de leur médiation secondaire au musée. Tandis que les différentes caractéristiques de ces œuvres ont été déjà évoquées quant à leur propre nature, nous essayons ici de davantage repérer des particularités en termes de leur monstration dans un musée d'art.

Dans un premier temps, nous verrons les aspects spatio-temporels propres à ces œuvres, qui créent une condition particulière du discours de l'œuvre. Ils seront analysés du point de vue de l'exposition, celle qui, en tant qu'*objet* et *lieu*, met en place des conditions spécifiques d'accueil des œuvres d'art, ainsi que nous l'avons examiné dans le chapitre précédent. Dans un second temps, nous allons étudier comment se développent les différentes pratiques de médiation secondaire pour les œuvres nouveaux médias, hormis la forme de l'exposition habituelle; autrement dit, comment le musée développe une stratégie de médiation secondaire pour les œuvres nouveaux médias, reconnaissant ainsi les particularités de ces œuvres. Ceci sera analysé à travers le cas du Centre Pompidou en rapport avec les cas du MACM, du WMAA et du ZKM.

1. Particularités des conditions d'exposition des œuvres nouveaux médias

Depuis l'accroissement de l'intérêt des institutions pour ce type d'œuvres, dans le courant des années 1990, il semble que les modalités de présentation des œuvres nouveaux médias dans le contexte de l'exposition soient devenues un phénomène ordinaire de l'art contemporain. Aujourd'hui on voit très fréquemment des expositions qui comportent des œuvres nouveaux médias. En général la forme est celle de l'exposition monographique d'un artiste, comme l'exposition « Bill Viola » au Grand palais en 2014 ou celle intitulée

« Matthew Barney » à l'ARC en 2003, ou ce peut encore être sous la forme d'une exposition thématique avec plusieurs artistes, où se côtoient des œuvres de différents types, comme l'exposition « Le mouvement des images » en 2009 ou « elles@centrepompidou » en 2009-2011. Cependant, il y a certaines particularités bien caractéristiques de la mise en exposition de ces œuvres. En se rappelant que l'exposition s'énonce avant tout sous la forme d'une matérialisation spatiale, nous approcherons ses particularités à travers les aspects spatio-temporels des œuvres nouveaux médias.

1.1. Déploiement de la temporalité dans l'espace physique

Nous avons déjà examiné les caractéristiques de la temporalité des œuvres nouveaux médias dans les parties précédentes de cette thèse. Ces caractéristiques rendent les tâches de la médiation secondaire particulièrement problématiques, car les œuvres nouveaux médias sont « activables », c'est-à-dire que le contenu de leur support médiatique prend forme en tant qu'œuvre d'art dès lors qu'il se déploie dans une certaine durée. Cette temporalité ne peut se déployer que quand une personne ou un dispositif automatique lance la vidéo ou le programme de l'œuvre (dans le cas d'un circuit fermé par exemple). Ce déploiement du temps peut varier selon le contexte et la condition de l'exposition.

En général, les conditions de présentation des œuvres nouveaux médias en termes de disposition temporelle sont avant tout définies par l'artiste (Iles et Huldiche, 2005, p. 78). Dans le contexte de l'exposition, l'artiste peut souhaiter, par exemple, déployer son œuvre en boucle, c'est à dire avoir une projection répétitive et en continu, dans un espace ouvert ou dans une salle fermée. Mais la modalité de mise à disposition temporelle de l'œuvre peut se faire également selon des horaires précis, dans une salle noire, comme cela se fait dans une salle de cinéma. S'il n'y a pas de conditions d'exposition spécifiquement imposées par l'artiste, c'est le conservateur ou le commissaire d'exposition qui prend la décision.

Parfois la demande concernant la disposition temporelle de l'œuvre dans une exposition muséale peut se heurter aux horaires habituels d'ouverture de l'institution. Le cas de *The Clock* (2010), une installation multimédia de Christian Marclay, qui est une

œuvre conjointement acquise par le Centre Pompidou, l'Israël Museum à Jérusalem et la Tate à Londres, montre un cas extrême d'organisation de la rencontre d'une œuvre dans le cadre muséal, en rapport avec sa caractéristique temporelle propre. Montée à partir de milliers d'extraits de films et de séries télévisuelles, rassemblant des images d'horloges et de montres de toutes dimensions, cette installation vidéo nous indique l'heure en temps réel, pendant 24 heures. L'artiste exige de la présenter 24 heures d'affilée, au moins pendant une période donnée, pour permettre au visiteur d'entrer pleinement dans le jeu de l'œuvre¹¹. En proposant un tel cas de déploiement temporel de l'œuvre dans le cadre muséal, celle-ci rappelle que la temporalité peut être l'une des caractéristiques décisives qui configurent la condition de la médiation secondaire des œuvres nouveaux médias.

Nous pouvons donc supposer que la disposition temporelle décidée par l'artiste ou le musée peut influencer la gestion du temps de visite ; par exemple on n'aura pas la même gestion du temps dans les cas où le musée présente une vidéo selon des horaires précis de projection, ou en boucle de manière répétitive, ou encore en continu, même au delà des horaires habituels du musée, 24 heures sur 24, selon l'exemple que nous venons de citer. Nous avons déjà vu que le moment de la médiation secondaire est caractérisé par la rencontre directe avec des œuvres. Indéterminé au niveau du temps, le mot « rencontre » laisse entendre que ce moment de la rencontre (ou bien de la visite d'une exposition) peut durer tant que le visiteur le souhaite. Pourtant, en réalité, le temps de cette rencontre est souvent restreint, car la visite d'une exposition fonctionne selon le principe du choix : dans une exposition, il y a en effet une pluralité d'œuvres.

Ainsi, le déploiement temporel des œuvres nouveaux médias dans l'exposition comme modalité de la médiation secondaire crée une situation particulière de communication. Sur un ton légèrement péjoratif, Horwath compare cette condition de présentation des œuvres filmiques dans une exposition, à ce qu'il en est dans un « centre commercial » : un espace qui suscite un passage « flânant » des visiteurs ;

¹¹ Présentation 24h/24 au MACM : les 21 février (ouverture de l'exposition), 1er mars (Nuit blanche), 7 mars (Nocturne), 4 avril (colloque Max et Iris Stern) et 19 avril 2014 (fermeture de l'exposition). <http://www.macm.org/expositions/christian-marclay-the-clock/> ; Présentation 24h/24 au Centre Pompidou : le 17 mai, dans le cadre de la Nuit des Musées 2014, le 21 juin à l'occasion de la Fête de la musique et le 2 juillet 2014 (ouvert gratuitement de 21h à 11h dans la nuit du 21 au 22 juin 2014 et du 2 au 3 juillet 2014) <http://www.centrepompidou.fr/cpv/resource/cXbMzAn/rBKR9LX> : dernières consultations : le 9 août 2014.

[...] Je considère que les images en mouvement sont hautement improductives et jouent à l'encontre des œuvres. [...] Les conservateurs construisent fréquemment des espaces conçus pour la déambulation où l'on perçoit, juste en passant, ce qui a lieu dans une série de pièces ou de boîtes noires. Cependant, de nombreuses œuvres sont conçues pour être perçues comme des événements limités dans la durée, avec un début et une fin. [...] On pourrait répondre de manière polémique que ce mode de flânerie qui consiste à passer devant des images en mouvement dans le cadre de l'exposition ressemble singulièrement à une balade dans un centre commercial, temple de la consommation. [...] ¹² (Horwath interrogé par Zanichelli, 2007)

Un visiteur peut donc « croiser » une vidéo en un temps relativement court, cependant qu'elle peut se dérouler dans une durée beaucoup plus longue. Et en effet, selon le moment d'arrivée du spectateur, cette rencontre avec l'œuvre peut advenir au cours de son déroulement temporel. Donc dans ce cas d'arrivée du spectateur en cours de projection, pendant un certain temps, ce dernier reste ignorant de la durée de l'œuvre qui a précédé son arrivée. Même si, comme nous l'avons déjà examiné, l'intention du commissaire n'est pas transmissible aux visiteurs dans son intégralité, et si la réception d'une exposition commence par le choix des œuvres par les visiteurs, il est évident que cette condition d'un déploiement temporel limite la possibilité du choix des visiteurs. C'est-à-dire qu'il est possible qu'un visiteur soit conduit à quitter une œuvre en cours de projection, non par choix mais par obligation, en fonction, par exemple, du temps dont il dispose.

Lorsqu'il s'agit d'une exposition consacrée spécialement à ce type de création, cet étalement du temps peut prendre davantage d'ampleur. Dans le cas de l'exposition « Le mouvement des images » (Centre Pompidou, du 9 avril 2006 – 29 janvier 2007), consacrée majoritairement aux œuvres en images en mouvement, la durée totale de toutes les œuvres filmiques exposées atteint presque seize heures ¹³. Donc le visionnement de toutes ces œuvres dans leur totalité devient totalement impossible à accomplir lors d'une seule visite. Certes, il est plus qu'évident que l'institution et/ou l'artiste n'attendent pas des visiteurs qu'ils visionnent la durée totale d'une œuvre comme *Mapping the Studio II with Color*

¹² "I consider much of what moving images to be highly unproductive and directed against the works themselves. [...] Curators frequently build spaces designed for strolling, where one perceives what is taking place within a series of different rooms or black boxes merely in passing. However, many works are designed to be experienced as a time-limited event with a start and a finish.[...] One could provide the polemic response that the reception mode of strolling pass moving images in an art setting has more in common with strolling through a shopping mall, with the consumption mode."

¹³ Information obtenue à partir du catalogue de l'exposition.

Shift, Flip, Flop & Flip/Flop (Fat Chance John Cage) (2001) de Bruce Nauman, une des œuvres présentées dans l'exposition concernée, qui dure cinq heures et quarante cinq minutes, surtout dans le contexte d'une telle exposition comportant bien d'autres œuvres.

Bien que l'on puisse croire que le visionnement complet ne soit ni l'objectif de l'œuvre, ni le souhait de l'artiste, cela nous oblige à réfléchir à ce qu'est l'exposition comme mode de présentation / diffusion des œuvres nouveaux médias : un moyen de médiation secondaire dont ces œuvres jouissent de plus en plus fréquemment. Effectivement le public ne peut ignorer qu'il faut, soit revenir plusieurs fois pour voir l'intégralité de toutes les pièces présentées, soit accepter le fait qu'il n'est pas possible de voir chaque pièce dans sa durée totale. Nous voyons ainsi que les modalités du déploiement de la temporalité dans l'exposition sont directement liées aux conditions de réception offertes au visiteur.

En quelque sorte, ce type de déploiement et de réception du temps propre aux œuvres nouveaux médias dans une exposition, peut être considéré comme un parti pris de l'institution muséale vis-à-vis de la condition de réception de ces œuvres au niveau temporel : le musée est parfaitement conscient de ce problème, mais par le dispositif d'exposition, il suggère que le visionnement de la durée totale de l'œuvre n'est pas nécessaire.

1.2. Malléabilité des œuvres et variabilité de leur mode de présentation

Par nature, les œuvres nouveaux médias peuvent être qualifiées de « malléables », car elles peuvent exploiter, en partie ou en intégralité, des supports médiatiques et des modes de diffusion divers. Bien que chacune dispose d'un support d'origine, ces œuvres peuvent être présentées et circuler sous différentes formes médiatiques, car, en effet, il s'agit d'un art du contenu. Autrement dit, lorsqu'il s'agit d'une œuvre à activer et/ou à projeter, théoriquement, plusieurs types de supports peuvent convenir dans la mesure de la possibilité de transfert ou de migration du contenu sur un autre support. Quant à la création purement numérique, par exemple, elle peut profiter de quasiment tous les supports médiatiques actuels, selon l'évolution des technologies propres au numérique :

moniteur d'ordinateur, écran plasma, téléphone portable, Internet, etc.

Avec l'évolution des pratiques inventées par les artistes, ces œuvres sortent souvent du cadre des supports déterminés, comme ceux cités plus haut, et peuvent se projeter sur un support non-médiatique, tel le mur, mais aussi le plafond, le sol, un objet, etc. Le dispositif des multiples projections est également largement pratiqué, en installant celles-ci côte à côte, face à face, etc. Ainsi font, par exemple, Pierre Huyghe ou Shirin Neshat. Parfois, cela va donc bien au-delà du simple écran rectangulaire et frontal. La projection peut se faire sur divers supports, sur les éléments architecturaux, mais aussi sur un objet spécifique comme dans le cas de *SWITCH (Emotions)* (1996) de Tony Oursler (Fig. III-2) ou dans un espace de la vie quotidienne, comme la cuisine, avec *Rain Woman (I am called a plant)* (1998) de Pipilotti Rist (Fig. III-3). A ce propos, Parfait a précisé le changement que le développement de la pratique de la projection a apporté dans la création des images en mouvement :

La projection a permis d'autres audaces ou mises en question de l'espace muséal ; libérée du moniteur, l'image projetée est devenue isotrope et a pu ainsi prendre possession de toutes les surfaces du bâti, du sol au plafond, quelles que soient les dimensions et les directions de ces surfaces. L'image s'est projetée sur le musée et a fait du musée l'écran indispensable à sa visibilité ; en « squattant » son territoire, elle profite d'un « déjà-construit ». (Parfait, 2006, p. 49)



Fig. III-2 : Tony Oursler

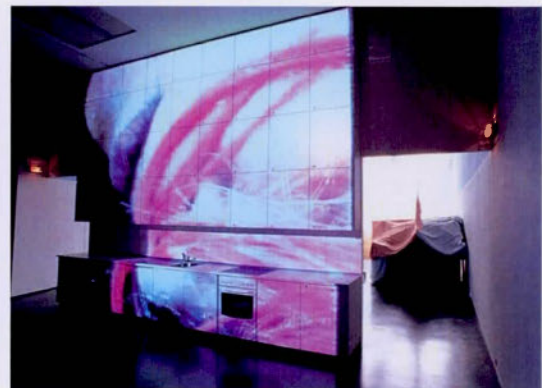


Fig. III-3 : Pipilotti Rist

Fig. III-2, III-3 : Exemples de supports de projection

Nous avons constaté, lors de la délimitation de notre objet principal de recherche aux œuvres nouveaux médias, que les médias ont convergé vers la technologie numérique. C'est à partir de ce moment-là que les médias ont commencé à être associés à l'adjectif « nouveaux ». Il en découle que les œuvres nouveaux médias profitent également de cette convergence et des différentes voies de diffusion propres aux médias en général. Par exemple, Matthew Barney a augmenté la définition audiovisuelle d'une série de vidéos *The Cremaster Cycle* (1994-2002), en la transférant sur pellicule afin de la diffuser en salle de cinéma. Sophie Calle *No sex last night* (1992) a procédé de la même manière pour son œuvre. Ainsi, pour les œuvres nouveaux médias, les lieux d'art traditionnels comme le musée ou la galerie ne sont pas les seules possibilités de diffusion. Cela dépend évidemment de la définition donnée à l'« exposition ». En ce sens, l'exposition devient l'un des modes de diffusion et de monstration des œuvres parmi d'autres.

Donc, pour l'exposition comme pour tous les autres types de manifestation artistique, les œuvres peuvent être transférées sur différents supports, normalement en un format plus léger, donc plus facile à manipuler par rapport à celui d'origine ou choisi pour la conservation. Cette pratique muséale a déjà été évoquée lors de l'analyse de la conservation de ces œuvres, laquelle réserve une copie spéciale pour la diffusion, ceci afin d'éviter l'exploitation directe du support original : nous avons vu que certains musées développent leur stratégie de conservation et de diffusion en des formats différents. Ainsi le Centre Pompidou détient l'œuvre en deux formats, pour la conservation et la diffusion. Le WMAA, lors de l'acquisition d'une œuvre vidéographique, a exigé des artistes, à un moment donné, une copie¹⁴ d'archive et une copie d'exposition.

Parfois cette pratique n'est pas un choix pour la conservation préventive, mais une obligation pour assurer la conservation curative, notamment avec des œuvres réalisées en technologie analogique, donc désormais obsolètes, comme l'U-matic, le Super 8, ou le vinyle. Dans de nombreux cas, des œuvres pionnières de l'art vidéo, ne sont plus projetables en raison, d'une part, de la dégradation du matériel par le temps et d'autre part, de la disparition des équipements nécessaires. Et c'est seulement avec de mauvaises copies

¹⁴ Comme ces œuvres existent sous forme de médias informatiques, elles peuvent aussi exister en plusieurs éditions. Quand on applique le terme « copie » ou « reproduction » à ce domaine, il faut être attentif de ne pas les assimiler à celles effectuées en peinture ou en sculpture pour lesquelles la règle d'usage est celle de la pièce unique.

qu'elles peuvent désormais être vues dans leur état d'origine. Dans ce cas, un transfert du contenu est indispensable pour la survie de l'œuvre. De ce fait l'œuvre rencontre le public en un état différent de celui d'origine. Ainsi, la dégradation des équipements techniques concourant à la diffusion d'une œuvre nouveau média peut nécessiter un changement du format. Evidemment cela influence directement la nature de la réception lors de la projection.

Les transferts des œuvres, avec des changements de formats ou d'équipements, peuvent entraîner des modifications inattendues et engendrer des écarts plus ou moins importants par rapport à ce qu'elles furent à l'origine. C'est-à-dire que la présentation d'une œuvre peut s'éloigner de ce que l'artiste avait initialement conçu. C'est pour cela que certains artistes deviennent exigeants, concernant l'équipement de la projection et sa configuration spatiale.

Tout comme il décide de la disposition temporelle de l'œuvre, ce que nous avons vu dans la sous-section précédente, l'artiste précise la nature du dispositif spatial et technique de l'œuvre, selon ses propres intentions et selon les possibilités du lieu d'accueil. Par exemple, il peut y avoir une indication sur la taille minimum ou maximum de l'image projetée, sur les dimensions de l'espace, sur la couleur du mur, la distance des spectateurs. Parfois les artistes vont encore plus loin : nous avons déjà vu que Bill Viola a non seulement précisé tous les équipements nécessaires à l'activation et à la présentation de son installation *Five Angels for the Millenium* (2001)¹⁵, mais il les a aussi définis comme faisant partie de l'œuvre. Ainsi lors de l'acquisition de l'œuvre, ces équipements ont été fournis avec les copies des images en mouvement. Dans un tel cas de figure, exposer une œuvre nouveau média devient quelque chose de bien plus complexe que de lancer un DVD dans un lecteur détenu par un musée.

Donc chaque artiste peut avoir une exigence particulière pour les différentes modalités de présentation de l'œuvre. Contrairement à ce qu'on peut supposer, la projection en très grand format n'aurait pas la préférence des artistes et un artiste peut exiger que son œuvre soit montrée uniquement sur un moniteur, tandis qu'il peut d'autre part, accepter un changement de mode de projection. Certains artistes sont exigeants sur le

¹⁵ Focus sur une œuvre, p.199.

format de l'écran et/ou du support initial et ils souhaitent que leurs choix soient respectés lors de l'exposition. Mais d'autre part, Louise Simard, du MACM souligne que la manière de mettre en exposition une œuvre nouveau média n'est pas toujours quelque chose de déterminé à priori. Elle explique que chaque artiste des nouveaux médias a une exigence et une attitude différente à l'égard de la nouvelle technologie :

« [...] de présenter des œuvres comme par exemple « Tunnel » de Thomas Demand, où c'était une œuvre 35mm et où c'était très important pour Thomas Demand que ce soit présenté comme tel. [...] Pour une autre œuvre [...] « Mamori » de Karl Lemieux, c'était une œuvre 35mm. Mais d'emblée Karl a proposé lui-même qu'on fasse une projection à partir d'une version numérique. Donc ça dépend, je vous dirais, de la nature de l'œuvre et l'attitude de l'artiste lui-même à l'égard de la nouvelle technologie. Mais quelquefois le choix de l'artiste est dicté par rapport à une position presque politique par rapport aux médias et quelquefois c'est pour des raisons pratico-pratiques. » (Annexe III. Entretien avec Louise Simard, 2010, Tome II, p. 24)

Quand il s'agit d'une installation qui nécessite des composants architecturaux, les conditions sont bien précisées dans une documentation avec un plan, des textes explicatifs, la place et les modalités de diffusion des vidéos etc. Mais nous savons que nous ne pouvons pas obtenir tout à fait la même œuvre lors de chaque installation de celle-ci en différents lieux, il y a une marge d'interprétation qui incombe au commissaire et joue un rôle important. Ainsi, l'exposition des œuvres nouveaux médias peut devenir une sorte de recreation ou une création à part entière, ou encore une « exécution [enactment] », selon l'expression de Bill Viola. Comme il y a un ensemble d'instructions à respecter, chaque commissaire d'exposition devient le « chef d'orchestre » ou l'« interprète » d'une œuvre, tout comme dans une pièce de musique ou une chanson. Comme une sonate pour violon de Bach ne peut plus être jouée par le violon de l'époque où vivait celui-ci, une vidéo des premiers temps est souvent présentée avec un nouveau système de projection. Mais parfois le cas des œuvres nouveaux médias est plus problématique encore que celui de la musique, un domaine où règne une tradition solide (Viola, 1998, p. 89). Etienne Sandrin du service nouveaux médias du Centre Pompidou insiste sur le cas des œuvres fondées sur la vieille technologie médiatique :

[...] par exemple, *Arc double face* de Nam June Paik¹⁶, qui est un empilement de téléviseurs, un cube cathodique, c'est un objet sculptural. Mais ce n'est plus fabriqué, ce n'est plus restauré, on les jette. Donc il faut progressivement, si on veut restituer cette œuvre, qu'on trouve une solution, soit de configurer de manière aléatoire ou illusoire des moniteurs, reproduire des moniteurs en gardant les façades à écrans plats. Ou alors passer beaucoup de temps à conserver des écrans plats pendant un certain temps. Mais le certain temps, il va durer encore peu de temps, puisqu'il est composé d'électronique, etc. De plus, les pièces de rechange ne sont plus fabriquées. [...] C'est la question du droit moral par rapport à l'œuvre. C'est la question de la dénaturation de l'œuvre : si jamais un téléviseur n'est plus un téléviseur en volume, ce n'est pas du tout la même chose. Tout le travail de Paik, comme tu le sais, fonctionnait avec les cubes cathodiques (Annexe II. Entretien avec Etienne Sandrin, Tome II, 2014, p. 13)

La question de l'interprétation est présente non seulement dans les installations mais aussi dans les œuvres numériques fondées sur une programmation d'ordinateur. Jon Ippolito souligne que parfois le rôle du « re » créateur peut dépasser celui d'un simple assistant qui suit une instruction de l'artiste. Par exemple, l'artiste du logiciel Mark Napier a suggéré aux futurs conservateurs de réinterpréter les applets Java en les reprogrammant dans un quelconque langage d'interface de l'époque. Ce genre de réinterprétation exige un compromis entre la fidélité esthétique et l'apport personnel de l'interprète (Ippolito, 2008, p. 110-111).

Cet aspect des choses est peu perceptible pour le visiteur, car, dans la plupart des cas, ce que le public voit dans l'exposition, ce sont des œuvres déjà en état d'activation, c'est-à-dire qu'il ne voit que des images et n'entend que du son activés, dans l'ignorance des dispositifs technologiques qui agissent en amont. La nature physique des œuvres nouveaux médias présentées au public, souvent logée dans le projecteur ou le lecteur DVD, diffère presque toujours de l'objet original tel qu'il a été conçu par l'artiste. Mais de toute façon le public ne regarde ni la cassette vidéo, ni le DVD, mais la projection de leur contenu. Il s'agit ici de l'écart physique entre l'œuvre comme objet technique et sa projection sous quelque forme que ce soit. Plus haut nous avons parlé d'œuvre activable et c'est en ce sens qu'il faut interroger cet écart. Différemment, pour la peinture ou la sculpture, il n'y a pas cet écart ou cette séparation caractéristique des œuvres nouveaux

¹⁶ Nam June Paik, *Arc double face* (1985), 1 structure métallique, H 360 cm x 360cm x 120cm, 84 moniteurs, 5 bandes vidéo, NTSC, couleur, 60', Don de la Galerie Eric Fabre en 1985, Numéro d'inventaire : AM 1985-143

médias, car la peinture et la sculpture sont physiquement homogènes et n'ont point à être activées.

En somme, une exposition n'est qu'un moyen parmi d'autres possibilités de présentation pour les œuvres nouveaux médias. Etant donné les caractéristiques propres aux œuvres nouveaux médias, nous pouvons appliquer le terme de « diffusion » plutôt que celui d'« exposition », car il implique, certes l'exposition, tout en allant cependant au delà de ce qu'elle propose en général. En effet, l'œuvre nouveaux média, on l'a vu, n'est pas de même nature que l'œuvre physiquement homogène comme le tableau.

1.3. Les éléments spatiaux propres aux œuvres nouveaux médias

L'espace réel et non pas figuré, a commencé d'être intégré en tant qu'élément constitutif de l'œuvre d'art bien avant la naissance des œuvres nouveaux médias : par exemple, les manifestations artistiques organisées par Yves Klein comme l'exposition du « vide » ou le « théâtre du vide » autour de 1960 ont montré des appropriations de l'espace en tant que matériau de l'art¹⁷. Le *Land Art*, un peu plus tard, entre la fin des années soixante et les années soixante-dix, a traité l'espace réel, physique, en tant que donnée fondamentale de la création artistique¹⁸. Il en va de même avec les installations qui proposent un espace réel, physique et vécu. Cependant, la place qu'occupe le concept d'« espace » dans les œuvres nouveaux médias est particulièrement importante, car les images en mouvement entretiennent un autre rapport à l'espace que celui représenté dans les deux dimensions du tableau : selon l'expression de De Mèredieu, l'image possède une certaine « épaisseur » (De Mèredieu, 2008, p. 43). Parfait souligne également ce statut particulier de l'espace

¹⁷ En 1958, Klein a réalisé son exposition du « Vide : la spécialisation de la sensibilité à l'état de matière première en sensibilité stabilisée » à la galerie Iris Clert. Il a repeint les murs de la galerie afin de bien faire le vide ou d'en donner la sensation et de créer une zone de sensibilité imprégnée de l'énergie de son auteur, qui devait ensuite se transmettre aux visiteurs. L'exposition du vide s'accompagna d'un certain nombre de dispositifs cérémoniels à la mesure de l'ambition de l'artiste : les vitres de la galerie étaient recouvertes de bleu IKB (International Klein Blue), un cocktail bleu était servi aux visiteurs qui devaient entrer dans la galerie par petits groupes afin de pouvoir s'imprégner au mieux de la sensibilité du lieu. En 1960, Klein propose son « théâtre du vide » sous la forme d'un journal « Journal d'un seul jour », distribué dans les kiosques comme un journal ordinaire. En première page, il y avait une photographie de Klein effectuant un vol plané devant un immeuble, avec pour légende « Le peintre de l'espace se jette dans le vide ». Une toile monochrome s'accompagnait de la légende « L'espace, lui-même ». Ainsi Klein a développé une sensibilité à l'espace et se l'est approprié en tant que matériau de l'art (De Mèredieu, 2008 : 515-516).

¹⁸ « C'est par rapport à une totalité spatiale (le monde, l'univers) que Richard Long organise son travail d'artiste. La longitude, la latitude, la notion même d'hémisphère, l'orientation par rapport aux points cardinaux, tout cela scande et marque l'ensemble de sa démarche » (De Mèredieu, 2008 : 516).

dans ces œuvres : « l'installation est une construction dans l'espace et de l'espace » (Parfait, 2006, p. 47).

Lors de l'analyse de la malléabilité des œuvres nouveaux médias, nous avons constaté que les conditions déterminées par l'artiste pour les œuvres nouveaux médias, notamment celle prenant la forme d'installations, laissent une marge d'interprétation au commissaire lors de la mise en place de l'exposition. Cela inclut bien évidemment la disposition spatiale, puisque celle-ci contribue également à construire l'œuvre nouveau média avec ou sans l'aide de dispositifs techniques. Bien que les artistes précisent les conditions de la disposition spatiale de l'œuvre, il peut toujours y avoir une adaptation à faire selon le contexte de l'exposition ou selon la configuration architecturale de l'institution.

Nous allons voir deux exemples concernant la disposition spatiale. Dans le cas de *Five Angles for the Millenium* (2001) de Bill Viola¹⁹, la condition spatiale est mentionnée comme étant une salle « au minimum » de 23 x 13 m²⁰, ce « au minimum » laisse une marge. Dans celui de *Voices of Reason, Voices of Madness* (1984) de Geneviève Cadieux²¹, malgré la dimension de l'espace de l'installation précisément définie par l'artiste (Fig. III-4), cette œuvre a été présentée dans une configuration spatiale modifiée dans l'exposition « elles@centrepompidou » (Fig. III-5).

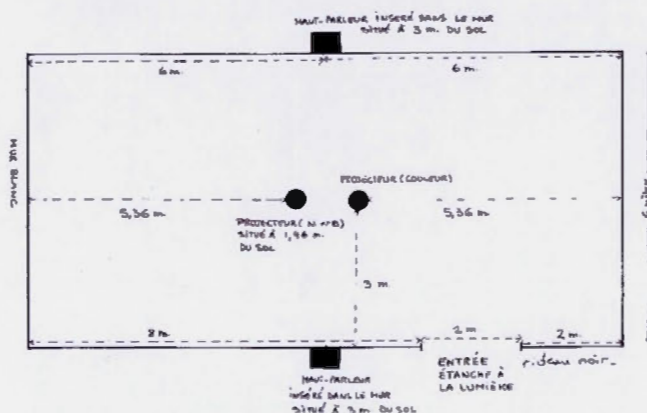


Fig. III-4 : Plan de l'installation établi par l'artiste



Fig. III-5 : Configuration spatiale de l'œuvre dans l'exposition « elles@centrepompidou »

¹⁹ Focus sur une œuvre, p. 199.

²⁰ <http://www.centrepompidou.fr/cpv/resource/c5e84ak/rd5ogL> (Dernière consultation : 04/10/2014).

²¹ Focus sur une œuvre, p. 363.

L'une des formes de l'installation nouveaux médias qui engage davantage l'espace comme faisant partie de l'œuvre est le circuit fermé [closed-circuit]. Comme nous l'avons vu dans la première partie, certains artistes-vidéastes s'approprient et détournent les systèmes de surveillance. Le visiteur est filmé par une caméra de surveillance et cette séquence est diffusée sur l'écran suivant l'idée de l'artiste : avec, par exemple, des effets de déformations, d'alternance, de retardement, etc. Tel est le cas de certaines œuvres de Bruce Nauman. Autre exemple, *Present Continuous Past(s)* (1974), une installation de Dan Graham place le visiteur dans un espace fait de miroirs où une caméra de surveillance diffuse son image en temps décalé (Fig. III-6). Dans cette œuvre, le visiteur voit sa propre image au « présent-passé » dans les miroirs. La caméra vidéo enregistre le visiteur et son image est plusieurs fois réfléchi dans les miroirs, puis l'écran du moniteur diffuse, avec huit secondes de retard, ce qui vient d'être filmé. Ainsi le visiteur reste spectateur, mais devient également en quelque sorte l'objet-médium de l'œuvre²².

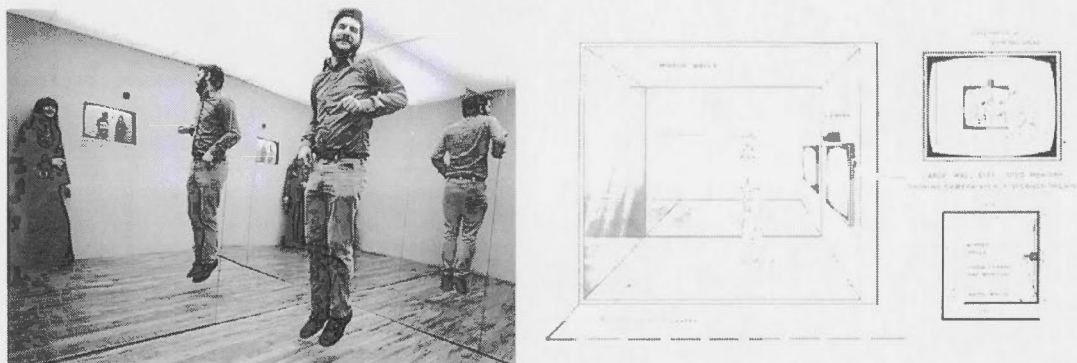


Fig.III-6 : L'installation « Present Continuous Past(s) (1974) » et son plan d'installation

Avec ce type d'installation, le déplacement corporel du visiteur-spectateur dans l'espace fait partie intégrante de l'œuvre. L'image que nous voyons sur l'écran – sous forme de moniteur ou en projection – se crée en temps réel avec la présence et l'intervention du spectateur, ce qui marque une différence notable avec les autres œuvres nouveaux médias préalablement filmées, montées et enregistrées.

Une œuvre en circuit fermé ne montre évidemment pas toujours le visiteur. En ce

²² <http://www.newmedia-art.org/cgi-bin/show-oeu.asp?ID=150000000020624&lg=FRA> ;
<http://www.centrepompidou.fr/cpv/resource/cEebaM/rGRrjr> : dernière consultation le 18 août 2014

qui concerne par exemple « TV-Bouddha » de Nam June Paik, c'est une statuette du bouddha qui est filmée par la caméra de surveillance et l'image est diffusée sur un moniteur qui est face à la vraie statuette. Donc elles sont en vis à vis. Avec une connotation de réflexion sur soi inhérente au bouddha, cette œuvre invite les visiteurs à avoir leur propre réflexion. Dans les deux cas ci-dessus évoqués, – avec un visiteur ou sans – l'idée de l'œuvre en circuit fermé se situe donc à la jonction de la réflexion sur la relation créée par le système de surveillance et l'organisation spatiale mise en place par l'artiste (Van Assche, 2006, p. 21-22).

Un autre élément qui occupe une place essentielle en rapport avec la spatialité des œuvres nouveaux médias est la lumière. Comme l'espace, la lumière a été un élément présent au cœur des œuvres d'art depuis fort longtemps²³. Mais dans les œuvres nouveaux médias, la lumière est non seulement l'un des thèmes de l'œuvre, mais aussi un outil secondaire qui participe à la mise en valeur de l'œuvre, elle est donc un vrai matériau de l'art. En fait, les images en mouvement, c'est-à-dire, tout ce que nous voyons sur des écrans d'ordinateur ou sur des moniteurs est constitué d'un ensemble de pixels, c'est-à-dire de spectres lumineux constitués d'électrons. La lumière est évidemment un élément fondateur de l'art vidéo et des œuvres filmiques, leur matière première propre. Avec les œuvres nouveaux médias, la source de lumière est située à l'intérieur de l'œuvre et dans sa trame même. Ainsi, les artistes précisent parfois le niveau de lumens qu'ils souhaitent et qui favorisent la visibilité de l'œuvre.

Naturellement indispensable à leur diffusion, l'ombre ou l'obscurité, un alter-ego de la lumière gagne une place importante avec les œuvres nouveaux médias. Comme l'œuvre elle-même est une source de lumière, elle n'a évidemment pas besoin d'une autre source lumineuse pour être perçue, sauf pour une raison artistique particulière. Au contraire, dans la plupart des cas, l'absence totale de lumière rend mieux visibles ces œuvres. L'obscurité fait ainsi presque naturellement partie de l'œuvre. Pourtant, la logique de la salle obscure et de la projection est en train de changer. Une recherche est conduite au plan technique pour augmenter les lumens afin de pouvoir projeter en lumière ambiante

²³ Par exemple, le travail des Impressionnistes et celui de Seurat ont radicalement changé le traitement de la lumière représentée et propre à l'art classique. En quittant l'atelier, un espace clos, les artistes ont commencé à travailler autrement sur la lumière, avec la lumière du plein air. Evidemment la photographie a modifié cette question de la présence de la lumière dans l'art. La photographie a rendu possible le traitement de la dimension physique et non seulement métaphorique de la lumière (De Mèredieu, 2008 : 66-73).

(Van Assche, 2006).

Ainsi ces œuvres ont besoin de l'espace physique comme peut l'être celui du musée pour être présentées. Mais concernant l'exposition, lorsqu'elle comporte d'autres types d'œuvres que des œuvres nouveaux médias, cela peut devenir assez problématique pour plusieurs raisons. Non seulement il y a ce laps de temps nécessaire pour saisir une œuvre nouveaux médias, mais sa présentation peut interférer de manière gênante avec les œuvres voisines, quand, par exemple, ces œuvres sont associées à un ou plusieurs dispositifs sonores. Etant un élément spatial et temporel, le son d'une œuvre nouveaux médias peut plus ou moins perturber la sérénité habituellement requise pour la contemplation d'autres œuvres. Pourtant cette forme d'exposition où différents types d'œuvres cohabitent est certainement bien adaptée pour accueillir les installations vidéo et multimédias, car fréquemment, celles-ci demandent un espace important. Généralement ces expositions ont lieu dans les espaces publics comme des musées ou des galeries et c'est toujours la forme de diffusion la plus pratiquée car la plus accessible à tous.

Avec cette section, nous avons constaté que les particularités spatio-temporelles des œuvres nouveaux médias créent une situation particulière de communication de l'œuvre dans le cadre d'exposition. En effet, ces œuvres nécessitent une connaissance et une compétence particulières concernant leur mise en exposition dans un espace donné dans un musée. Compte tenu des caractéristiques de ces œuvres, le musée a non seulement besoin de développer une muséographie spécifique, mais aussi de dépasser le cadre de l'exposition ordinaire d'œuvres traditionnelles, ce qui suppose une autre stratégie de monstration des œuvres²⁴.

2. Autres modalités de médiation secondaire pour les œuvres nouveaux médias : le cas du Centre Pompidou par rapport aux cas du WMAA, du MACM et du ZKM

²⁴ Dans cette optique, Sarah Cook propose des alternatives à l'exposition traditionnelle du musée : l'exposition comme programme d'un logiciel ou flux de données ; l'exposition comme un salon commercial ; l'exposition comme diffusion. Elle a également suggéré des modèles alternatifs de commissariat d'exposition : le modèle itinérant, le modèle modulaire, le modèle distributif (Cook, 2008, p. 32-40).

Nous allons maintenant examiner les modalités de la médiation secondaire, propres aux œuvres nouveaux médias qui ne se limitent pas à la représentation de l'« exposition » ou élargissent la notion d'« exposition ». En effet les caractéristiques de ces œuvres nécessitent les dispositifs spécifiques de présentation et parfois cela dépasse le cadre de l'exposition telle que nous l'imaginons comme parcours d'expérience, souvent lors d'une seule visite. Dans cette section, nous regarderons notamment les cas de figure des quatre musées que nous avons commencé à analyser dans la partie précédente.

2.1. L'espace de type « médiathèque »

Nous avons déjà évoqué certains points communs des œuvres nouveaux médias avec la création littéraire comme le livre et la musique. Etant donné que les œuvres nouveaux médias sont « activables » comme l'est la musique, par exemple, la médiation secondaire de type médiathèque est de plus en plus utilisée pour ce type d'œuvres, notamment au sein de différentes institutions d'art. Puisque la mise à disposition des œuvres en consultation autonome nécessite un système spécifique et un dispositif technique, ce type d'espace est souvent isolé par rapport à l'espace de l'exposition consacré aux autres types d'œuvres d'art. Dans cette forme de médiation secondaire, les informations sur les œuvres présentées sont en général disposées et accessibles à proximité des œuvres, souvent dans le même dispositif que celui de l'œuvre : par exemple, un ordinateur peut être à la fois un dispositif pour la présentation d'une bande vidéo tout en donnant accès à des informations liées à cette vidéo. Ce type de présentation en médiathèque peut sembler pertinent, notamment pour les bandes vidéo et les bandes sonores, alors qu'il n'est pas adapté aux installations qui, elles, nécessitent certains dispositifs spatiaux et différents dispositifs, eux-mêmes très variables car imaginés spécifiquement pour ce type d'œuvres.

Le Centre Pompidou pratique également ce type de médiation secondaire des œuvres nouveaux médias. Situé au niveau 4 du Centre, « Collections vidéos, films, sons » est un lieu de consultation des œuvres de la collection du service nouveaux médias et de celles du service cinéma expérimental du Centre Pompidou. C'est un espace spécialement

conçu à cet effet. Il se présente sous la forme d'une médiathèque avec des postes liés à l'ordinateur. Les informations sur les œuvres accompagnent habituellement celles-ci sur le même écran d'ordinateur. Etant ouvert à tous les visiteurs qui sont munis d'un billet d'entrée, cet espace est proposé non seulement comme un outil de recherche pour les scientifiques et les étudiants, mais aussi comme un dispositif de monstration des œuvres nouveaux médias pour tous les autres types de public.

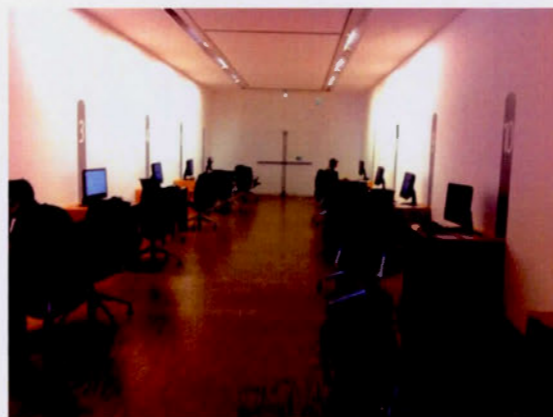
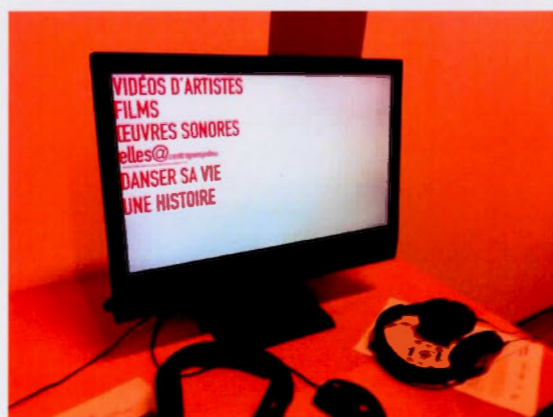


Fig. III-7, III-8, III-9 :

« Collections vidéos, films, sons »



Or, la configuration de cet espace a traversé des multiples mutations. Historiquement, cet espace est issu d'un lieu de consultation vidéo, conçu à l'origine dans le cadre de l'exposition « Manifeste, 30 ans de création en perspective, 1960-1990 » (1992). Initialement, il était installé au 3^e étage du Centre Pompidou (espace actuellement

occupé par la BPI) avec, alors, l'appellation *Espace Vidéo*. Enfin avec la réouverture du Centre Pompidou après les travaux, en 2000, il a été installé à sa place actuelle dans le Centre Pompidou avec l'appellation *Espace Nouveaux Médias*, un nom choisi pour mieux exprimer ce qui caractérise la collection.

Entre 2003 et 2007, le service Nouveaux Médias du Centre a réalisé un projet de numérisation de l'intégralité de la collection, en vue de sa diffusion auprès du public. En attendant que la numérisation soit terminée, le public devait s'adresser à un service d'accueil pour demander et obtenir l'accès aux vidéos sur l'un des postes prévus à cet usage. Après l'aboutissement de cette numérisation, cet espace a été à nouveau ouvert au public, en avril 2007, et il permet désormais une consultation parfaitement autonome pour chaque visiteur.

Par ailleurs, en 2007, le Centre Pompidou a lancé un projet de numérisation des collections Cinéma jouissant d'un service autonome. En 2008, la numérisation des 150 premiers films ayant abouti grâce au soutien du Ministère de la Culture, la direction du Musée a décidé de réaménager cet espace de consultation en un lieu commun à plusieurs types d'œuvres, rebaptisé « Espace Nouveaux Médias et Films » et disposant d'une partie des collections de cinéma expérimental du Centre qui a été numérisée. Depuis début juillet 2014, cet espace a été une fois encore rénové et a changé à nouveau son intitulé pour « Collections vidéos, films, sons ». Cette fois le Centre a créé un espace de type salle de cinéma, le « Cinéma du musée », dédié aux œuvres en images en mouvement; ce dernier sera évoqué dans la prochaine sous-section²⁵.

Le travail de la *Mediathek* du ZKM peut être comparé avec ce type de médiation secondaire. Le ZKM pratique cette forme de médiation secondaire d'une manière légèrement différente. Pour mettre la collection à la disposition du public, le ZKM a installé un espace appelé « Media Lounge », à l'entrée de la *Mediathek*. Même si le ZKM offre un fauteuil plus confortable avec un système spécialement élaboré pour cette médiation des œuvres (Fig. III-10, 11), le principe est identique à celui de l'espace

²⁵ Auparavant, il partageait l'espace avec le « Salon des visiteurs » où se consultent les catalogues des expositions. Il y avait 8 postes pour les bandes vidéo et les installations (la partie filmique), 2 pour les bandes sonores, 2 pour les CD-ROM et 2 pour l'*Encyclopédie Nouveaux Médias* sur Internet. A la place du *Salon des visiteurs*, le Centre a installé le *Cinéma du musée*, un autre espace dédié aux œuvres nouveaux médias et films, que nous allons aborder dans la prochaine sous-section.

Collections vidéos, films, sons du Centre Pompidou : mise à disposition des œuvres nouveaux médias par un système de consultation autonome. La différence réside dans le fait que l'espace *Media Lounge* est accompagné d'une bibliothèque spécialisée dans ce domaine. Même si cela ne peut pas être réellement comparé, ce genre de disposition de la collection pratiqué par le Centre Pompidou représente, en quelque sorte, une forme de médiation secondaire qui fusionne l'espace *Collections vidéos, films, sons* et la bibliothèque Kandinsky, laquelle dispose elle-même d'une collection des bandes sonores du Centre Pompidou.



Figure III-10, III-11 :

Media Lounge devant la Mediathek du ZKM

Ce dispositif a également subi quelques changements dus au développement technologique des médias. Au début, le système « Jukebox » conçu au ZKM pour le *Media Lounge*, était un dispositif de sauvegarde et de distribution de CD-Roms contenant des vidéos (Fig. III-12, 13). Selon le choix du visiteur, un bras mécanique livrait le CD choisi et le mettait en route.²⁶ Mais cette machine, qui a été révolutionnaire et capable de contenir 1 terabyte, a très vite été rattrapée par l'évolution technologique (1 terabyte est l'équivalent de 1 000 gigabytes et aujourd'hui les disques durs personnels sont d'usage courant). Nous pouvons toujours voir ce dispositif installé au ZKM, mais il apparaît plutôt comme un patrimoine qui témoigne de l'histoire de cette institution.

²⁶ Annexe VI. Entretien avec Claudia Gehrig, p. 58.

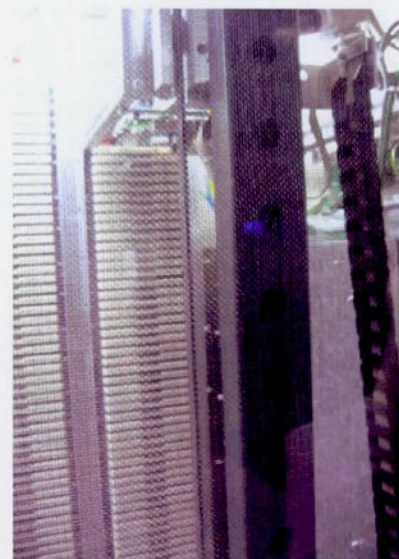


Figure. III-12, III-13 : Jukebox au ZKM

A travers cette pratique de médiation secondaire au ZKM, nous pouvons voir que dès le début, l'institution a pris en considération le visiteur en tant qu'« usager [user] ». Christiane Riedel, manager générale du ZKM, insiste sur la reconnaissance de la place du visiteur d'aujourd'hui comme « usager » à travers du dispositif *Media Lounge* :

« [...] Ainsi le *Jukebox* a été un moyen spécifique de présenter la collection aux visiteurs, afin qu'ils puissent choisir leurs propres programmes dans le *Media Lounge*. Ainsi, ils peuvent s'asseoir et faire leur propre sélection de ce qu'ils aimeraient voir ici. [...] Donc, si vous avez toute liberté de consulter ce que vous souhaitez dans le *Media Lounge*, vous n'avez pas besoin d'emprunter un ouvrage ou vous n'avez pas à le commander. Maintenant, de nos jours, c'est tout à fait normal d'agir comme ça. Mais en 1999, c'était très inhabituel. Donc, nous avons la collection qui est mise à la disposition du public et nous utilisons également cette collection pour les expositions et les expositions itinérantes. Il y a beaucoup de demandes des instituts et institutions pour des organisations de programmes vidéo. D'autre part, nous avons accès à notre propre collection, et ainsi nous produisons des CD et DVD et en les envoyant au Brésil ou en France, cela permet de montrer la collection de vidéos. »²⁷(Annexe VII. Entretien avec Christiane Riedel, Tome

²⁷ “Maybe the term like ‘library’ is not proper. It’s a Mediathek which contains a library and the collections. I think it’s an important fact that the Mediathek offered from the beginning the collection to the public. So the Jukebox was a special development to present to people the collection, so that they could choose their own programs in the Media Lounge. So they can sit down and make their own selection of what they would like to see here. Normally, you go to a library or to a Mediathek, then you have to say to the staff “I want to see Pipilotti Rist”. Then they come with the tapes and put it in a player, and you can see the tape. But you are not in the role of an emancipated user. That’s the term used these last three years. So it was a very important point to make it public, at the public’s disposal. So you don’t have to loan it as a book or you don’t have to

Nous voyons que les musées ont considérablement évolué dans leur pratique de la médiation secondaire de type médiathèque en s'adaptant à l'évolution de la technologie des médias. Cependant, beaucoup de visiteurs pensent que, à cause de son aspect de bibliothèque et de médiathèque, un tel lieu dédié à l'approche des œuvres ne permet pas forcément une véritable rencontre directe avec les vraies œuvres, mais plutôt une prise de connaissance de leur nature. Pourtant cet endroit offre cette possibilité de rencontre avec des vraies œuvres : ce que nous avons là, ce ne sont pas que des informations sur l'œuvre, mais l'œuvre elle-même. Ici, elles n'ont pas de même statut que les images dans un catalogue d'exposition, celles-ci étant de simples reproductions photographiques de l'original.

Selon notre recherche en M2, il semble qu'il y ait ici, quelquefois, pour le public, une confusion qui génère une indécision, confusion avec un lieu où il serait possible de consulter des informations sur l'art. En effet, les films documentaires, informatifs et pédagogiques sur l'art (qui eux ne se qualifient pas comme des œuvres d'art dans le cadre de cette recherche) et les œuvres nouveaux médias ont une même nature physique, ce qui explique cette possible confusion.

2.2. La programmation de projections

Face aux inconvénients éventuels de la médiation secondaire des œuvres nouveaux médias sous forme d'exposition, ce que nous avons noté dans la précédente section, certains organisateurs ou artistes préfèrent montrer les œuvres nouveaux médias dans un lieu dédié spécialement à ce type de création. C'est souvent le cas pour les œuvres d'une assez longue durée. Cela convient bien à ce type de diffusion en programmation de projection dans un espace qui ressemble à la salle de cinéma, parce que la salle équipée spécialement

order it, so you are completely free to see your own program in the Media Lounge. Now in our days, it's quite normal to act like that. But in 1999, it was very unusual. So therefore we have the collection for the public and we use the collection also for the exhibitions and traveling exhibitions. There are so many requests from institutes for curated video programs. Then we have access to our own collection, and we produce CDs and DVDs and we send them to Brazil or to France where you can show the video collection."

pour la projection cinéma-vidéographique permet une certaine qualité de projection et de confort de visionnage. Néanmoins comme elle est organisée sous forme d'un « rendez-vous » événementiel, soit ponctuel soit régulier, avec une date et un horaire précis, cela est de fait plus ou moins réservé à un public particulièrement intéressé, informé et demandeur.

Le Centre Pompidou propose régulièrement « Vidéo et après », un cycle de projections des œuvres nouveaux médias de la collection. Intitulée selon le nom du catalogue de la collection publié en 1992, « Vidéo et après », est un cycle de projections consacré aux œuvres de la collection du service nouveaux médias du Centre Pompidou. C'est un programme de projections, qui a démarré en 2003, et a lieu normalement une fois par mois dans l'une des salles de cinéma du Centre Pompidou. Le lieu change à chaque séance, selon les autres programmations cinéma en cours au Centre Pompidou. Par ailleurs, ces salles de cinéma fonctionnent habituellement pour la diffusion de films, comme de quelconques salles de cinéma.

Le déroulement de « Vidéo et après » ressemble à une présentation traditionnelle de film, mais avec quelques particularités. L'intérêt notable de ce cycle est qu'en principe l'artiste (et auteur des œuvres) est présent pour expliquer lui-même ses œuvres et cela permet la tenue d'un débat avec un laps de temps consacré aux questions que peut poser le public. Outre ce principe de la présence de l'artiste, la présentation et le débat peuvent être confiés à un critique d'art, celui-ci ayant le choix de présenter un artiste ou de traiter un thème. Depuis le début de « Vidéo et après », les séances ont accueilli de grands artistes du domaine des nouveaux médias : Dan Graham, Vito Acconci, Pipilotti Rist, ou un hommage posthume à Nam June Paik, par exemple. Les séances ont été très suivies par un public particulièrement intéressé par ce type de création artistique.

Ces séances permettent à la fois de voir des œuvres, soit en intégralité, soit en extraits et de rencontrer et débattre avec les artistes auteurs, les commissaires ou les critiques. Cependant comme une grande partie de cet événement est consacrée au visionnage des œuvres dans de bonnes conditions, nous pouvons considérer assurément cela comme un moyen, parmi d'autres, de médiation secondaire des œuvres nouveaux médias dans le cadre muséal. Donc nous pouvons la qualifier de forme de médiation muséale qui comporte à la fois les niveaux secondaire et tertiaire.

Les bandes vidéo sont toujours les plus montrées, pourtant il y a de plus en plus de programmations pour d'autres types d'œuvres de la collection, comme l'œuvre en ligne de *Young Hae Chang Heavy Industries* de janvier 2007. Actuellement le Centre Pompidou diffuse des informations dans le courrier programme cinéma, dans la page Web de l'Espace nouveaux médias du site Internet du Centre Pompidou. Des flyers et des tracts spécifiques sont édités pour chaque programme et à chaque saison.

Même si cela ne se déroule pas de la même manière que pour « Vidéo et après », la programmation « Série Projections » du MACM est un cas de figure assez original à mettre en parallèle avec le cas du Centre Pompidou pour le même type de médiation secondaire. Cette programmation est organisée sous forme de manifestation périodique, comme l'est une exposition, tandis que dans le cas de « Vidéo et après » du Centre Pompidou, c'est organisé sous forme de manifestation événementielle avec une date et un horaire précis, comme un rendez-vous. La « Série Projection » s'organise selon les thèmes ou en tant que manifestations personnelles d'artistes. Un thème, comme la *Vidéomusique*²⁸ est installé comme manifestation annuelle du musée dans un cadre de programmation de projections.

Mais ce qui caractérise le mieux et fait la particularité de cette programmation, c'est la configuration du lieu qui y est dédié et son emplacement : salle BWR (Beverly Webster Rolph) (Fig. III-14). Portant le nom du mécène du musée, cet endroit se présente comme une salle sombre, aménagée et équipée pour la projection des œuvres nouveaux médias. Elle est située au sous-sol du musée en occupant l'essentiel de l'espace de ce niveau du bâtiment. Il s'agit donc d'un lieu à l'écart de l'espace habituel des expositions, qui, eux, se situent à l'étage de ce musée. La salle BWR est semi-ouverte au public : elle est accessible au public en tant qu'espace sans porte, donc les visiteurs peuvent aller et venir librement. Une cloison sert à la fois à afficher les noms des artistes et à empêcher de voir l'écran depuis l'extérieur de la salle. La visite de ce lieu n'entraîne pas de tarification supplémentaire par rapport à une visite normale du musée.

²⁸ <http://www.macm.org/communiqués/serie-projections-videomusique-2013/>

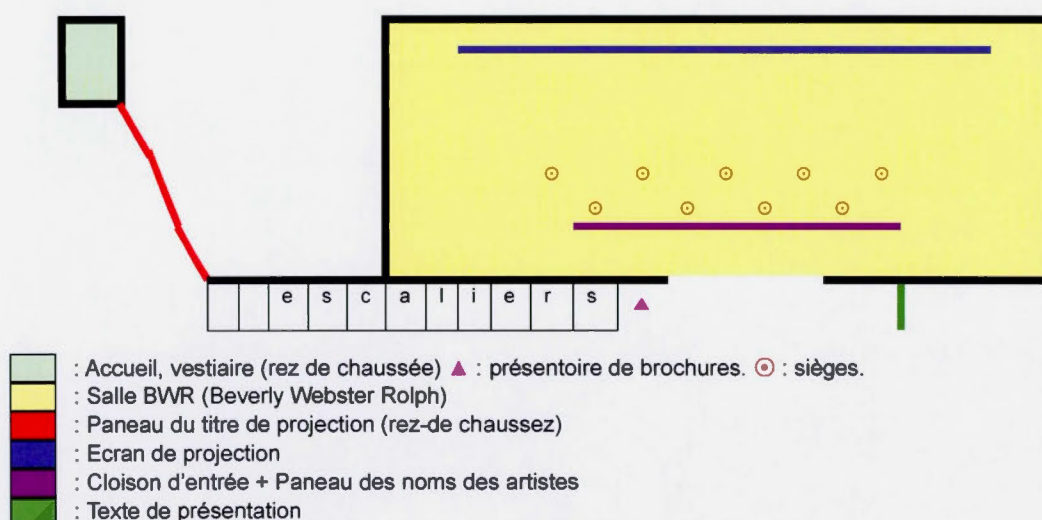


Figure III-14 : Plan de la salle BWR, au sous-sol du MACM

Donc même si cela se présente comme une programmation de projection, cela ressemble plutôt au dispositif de l'exposition que nous voyons habituellement dans un espace muséal. Louise Simard, responsable de la programmation de création multimédia au MACM, explique la spécificité de cet espace pour la présentation d'un tel type d'œuvre :

« [...] dans le cadre de la *Série Projections*, on a choisi de présenter des œuvres dans un espace « entre deux », c'est-à-dire on n'est pas dans l'installation vidéo, on n'est pas dans la salle de cinéma non plus. On a choisi d'offrir la possibilité d'entrer dans la salle, de s'approcher de l'écran, de circuler librement comme dans une salle d'exposition, mais en même temps de pouvoir s'asseoir, de pouvoir regarder un programme pendant une heure. On a choisi d'offrir ce type de relation avec l'œuvre et on a choisi aussi dans le cadre de la *Série Projections* de présenter des œuvres qui ne trouvent pas nécessairement leur place dans des expositions et qui sont pourtant des œuvres importantes sur la scène de l'art contemporain. » (Annexe III. Entretien avec Louise Simard, Tome II, p. 21)

Même si la « Série Projections » se présente sous forme d'un entre-deux, il est évident que c'est un dispositif de médiation secondaire du musée qui est différent de l'exposition habituelle, car elle présente les œuvres nouveaux médias d'une manière séparée des autres types d'œuvre d'art.

Par rapport à ce genre de dispositifs spécifiquement conçus pour les œuvres

nouveaux médias, la *Film & Video Gallery* au WMAA est intéressante à connaître. Avec le soutien de la fondation Rockefeller, la *Film & Video Gallery*, elle a été installée au 2^{ème} étage du musée, dotée des équipements nécessaires pour la présentation d'œuvres ciné-vidéographiques de divers formats (Super-8, 16 & 35mm film et vidéo-projection, installation, etc.), ceci afin de répondre aux besoins techniques de présentation des œuvres médiatiques. Cet espace est remarquable par rapport aux autres cas de figure des musées, car, ailleurs, l'installation de l'espace dédié exclusivement aux œuvres nouveaux médias se fait souvent en dehors de l'espace d'exposition, au sous-sol, par exemple.

Très récemment, depuis juillet 2014, le Centre Pompidou a installé un même type d'espace permanent pour la programmation de projections : *Le Cinéma du musée*. Avec le réaménagement de l'ancien espace Nouveaux médias et Films au niveau 4 du Centre, le *Salon des visiteurs*, qui partageait l'espace avec l'espace de consultation des collections nouveaux médias et films, a été transformé en *Cinéma du musée* (Fig. III-15, 16). Cet espace ne se situe pas dans le parcours habituel de l'accrochage général des collections du Centre Pompidou, mais à proximité ; il se situe à l'entrée du musée national d'art moderne au quatrième niveau. Malgré une réelle indépendance par rapport à l'accrochage des collections générales, la programmation de projection entretient un lien avec l'accrochage général des collections qui se présente sous forme d'une exposition thématique.



Fig. III-15, III-16 : *Le Cinéma du musée*, niveau 4, Centre Pompidou

Ainsi, nous constatons que les pratiques muséales évoluent d'une manière constante. Avec la variété des programmations d'un cycle de projection en tant que

dispositifs de médiation secondaire, nous distinguons que chaque institution muséale développe une pratique de programmation selon ses propres choix et moyens, et selon son histoire. Ces institutions sont de plus en plus conscientes de la nécessité d'aménagements spécifiques en termes techniques et spatiaux pour montrer les œuvres nouveaux médias.

2.3. Les projets en ligne

En général, il y a deux sortes de diffusions des œuvres nouveaux médias sur Internet. La première est la mise à disposition des œuvres nouveaux médias qui peuvent en même temps et totalement exister sur un autre support comme le CD ou le DVD, sans un réseau. Bien que nous puissions penser que les pratiques possibles de médiation secondaire sont limitées pour les œuvres nouveaux médias, hors Net art, celles-ci peuvent également être exposées en ligne, si les questions juridiques et techniques le permettent. Par exemple, *You-Tube*, un site Internet de vidéos personnelles, actuellement le plus visité par des internautes du monde entier, peut être le support de ce type de diffusion, encore une fois, à condition que cela ne rencontre pas de problèmes de droit. Or certains artistes exploitent ce site comme le médium de leur création, ce dont nous allons parler dans le deuxième cas de la diffusion sur Internet. Théoriquement un système de téléchargement identique à celui de la musique, est envisageable, mais d'une part à cause des problèmes de droits d'auteur, d'autre part en raison d'un public relativement restreint en ce domaine, cela reste peu fréquent.

Une deuxième modalité de diffusion concerne les œuvres qui nécessitent le réseau ou la structure Internet pour exister. Dans ce cas le mode de diffusion et l'œuvre ne peuvent pas être traités séparément, car le réseau fonctionne non seulement comme un outil et véhicule de l'œuvre, mais aussi comme faisant partie intégrante de l'œuvre. Dans ce deuxième cas de figure, l'intervention des visiteurs est indispensable pour achever une œuvre sur Internet, et comme chaque visiteur intervient de manière différente, l'œuvre ne reste jamais en un même état. Le niveau d'intervention et d'interactivité des œuvres varie selon chacune d'elles. Ces œuvres invitent davantage les visiteurs à intervenir, sur leur

site-projet-œuvre, et à participer à l'achèvement de l'œuvre²⁹.

Le Centre Pompidou a commencé à acquérir de sites Internet d'artistes depuis 2000. Comme ces œuvres Net art ne sont pas suffisamment nombreuses dans sa collection, le Centre Pompidou ne dispose pas d'un projet particulier pour leur médiation secondaire. En guise de projet particulier, certaines œuvres-sites Internet sont présentées comme des liens électroniques en ligne, elles se trouvent dans le catalogue des collections en ligne du musée³⁰. La première œuvre-site Internet acquise par le Centre Pompidou a été *Calendrier 2000* (2000) de Claude Closky³¹. Malgré cette accessibilité et ouverture à tous, ces sites Internet ne semblent pas assez visibles, ni assez explicites quant aux œuvres qu'ils permettent de consulter. Ou bien, peut être que le public n'a pas d'idées suffisamment établies sur ce que sont les sites Internet en tant qu'œuvres d'art. Autrement dit, il faudrait d'abord que le public manifeste un intérêt affirmé pour ce type de création, ce qui susciterait dès lors une motivation suffisante pour consulter le site. Même si on rencontre ces sites par hasard en navigant sur le Web, ils sont peu visibles et même plutôt cachés.

Même si le Centre Pompidou ne dispose pas d'un projet en ligne spécialement consacré à la médiation secondaire des œuvres nouveaux médias, il gère un projet en ligne qui concerne pour le moment la médiation primaire et tertiaire des œuvres nouveaux médias : l'*Encyclopédie Nouveaux Médias* (www.newmedia-art.org). Avec ce site Internet, il s'agit du premier catalogue trilingue (français, anglais et allemand) en ligne réalisé en partenariat avec quelques autres collections nouveaux médias européennes : le CONSTANT VZW de Belgique, le FNAC (fond national d'art contemporain) de France, le Museum Ludwig d'Allemagne et le Centre pour l'image contemporaine de Saint-Gervais Genève, en Suisse. C'est un site d'information, un outil de recherche documentaire et un ouvrage scientifique, et il est aussi un lieu de réflexion sur les pratiques artistiques liées aux nouveaux médias.

Donc le premier but de ce projet en ligne est la diffusion de connaissances sur les œuvres nouveaux médias. Il offre également, par exemple, un court extrait de chaque

²⁹ Par exemple, « Vigile 1.0 » de Martin Le Chevalier <http://www.martinlechevallier.net/vigilance.html> ; « Calendrier 2000 » de Claude Closky <http://mediation.centrepompidou.fr/sitesweb/closky> ; « Virtual Walden » d'Agnès de Cayeux <http://ns358559.ovh.net/>, etc.

³⁰ <http://collection.centrepompidou.fr/Navigart/index.php?db=minter&q=1>

³¹ <http://mediation.centrepompidou.fr/sitesweb/closky> : dernière consultation le 27 juin 2014.

vidéo, d'une durée d'une ou deux minutes, limitée en raison des droits d'auteur propres à chaque œuvre. En ce cas il y a lieu de considérer que ce sont des « documents » sur les œuvres. En effet, pour le moment, ce projet peut être considéré plutôt comme un outil de médiation primaire ou tertiaire que secondaire. Cependant il est tout à fait possible, au niveau technique, d'organiser ce site comme un moyen de médiation secondaire, c'est-à-dire en tant que lieu de rencontre directe avec les œuvres concernées (sauf bien évidemment les installations), mais il faut encore œuvrer pour résoudre les problèmes des droits d'auteur et du coût de maintenance. En tout cas c'est une forme de médiation de l'œuvre assez proche de celle-ci. Même si ce que nous voyons ici est constitué d'extraits des œuvres, c'est quelque chose de plus parlant que les captures d'écrans que nous voyons fréquemment dans des catalogues en version papier.

Sans doute, le projet « Artport » du WMAA est-il l'un des projets en ligne les plus connus et exemplaires concernant la pratique de la médiation secondaire des œuvres du Net art dans le cadre institutionnel. Artport est un projet en ligne d'œuvres du Net art qui dispose d'un portail autonome, même si le lien du portail est intégré dans le site Internet officiel de l'institution. Ce projet ne se réduit pas à une simple interface sous forme d'un portail en ligne qui véhicule les œuvres, il fonctionne surtout sur la base de la commande d'œuvres par le WMAA. Ces œuvres, réalisées par la voie de la commande Artport, sont visibles sur ce portail en ligne, mais selon les cas, les visiteurs du site peuvent également les « croiser » lors du parcours normal de leur consultation du site Internet du musée (Fig. III-17).



Fig. III-17 :
Une œuvre de Net art dans le cadre Artport

Par exemple, le projet « Sunrise/Sunset » est constitué par une série de projets de Net Art, commandée par le WMAA spécialement pour le whitney.org afin de marquer le lever et le coucher du soleil dans la ville de New York. Au moment du

lever et du coucher du soleil, chaque projet-œuvre intervient sur le whitney.org, le site officiel du WMAA, pendant 10 à 30 secondes, et s'accompagne d'un changement de couleur du fond du site (blanc pour le jour, noir pour la nuit).³² Le principe de présentation ressemble à celui de l'exposition temporaire dans un bâtiment pour une certaine période : chaque œuvre a une période d'exposition puis une autre lui succède ; depuis 2009, « EcoArtTech » (du 12 novembre 2009 au 30 mars 2010), « Stephanie Rottenberg » (du 30 mars 2010 au 10 mars 2011), « R. Luke Dubois » (du 10 mars 2011 au 15 décembre 2011), « Ursula Endlicher » (du 15 décembre 2011 au 5 mars 2013) et « Jodi » (depuis le 3 mars 2013) ont présenté leurs œuvres dans ce contexte.

Comme Christiane Paul l'a expliqué, l'espace virtuel du musée est exploité par ces artistes comme un espace public, physique et réel. Les visiteurs rencontrent ces œuvres pendant leur navigation sur le site Internet officiel du musée, un espace virtuel, certes, mais organisé et cadré par le musée. Cette rencontre avec l'œuvre se fait comme dans un espace physique du musée. Les visiteurs naviguent sur le site du musée comme ils se promènent dans le musée et ils « rencontrent » ces œuvres dans un certain lieu du site :

Ce qui caractérise ces projets est qu'ils utilisent whitney.org en tant que résidence propre, en perturbant, remplaçant, ou s'engageant avec le site du musée qui est initialement un environnement d'information. Cette forme d'engagement représente bien l'essentiel de pratiques artistiques sur Internet, l'intervention dans les espaces en ligne existants.³³

2.4. La manifestation événementielle « nocturne »

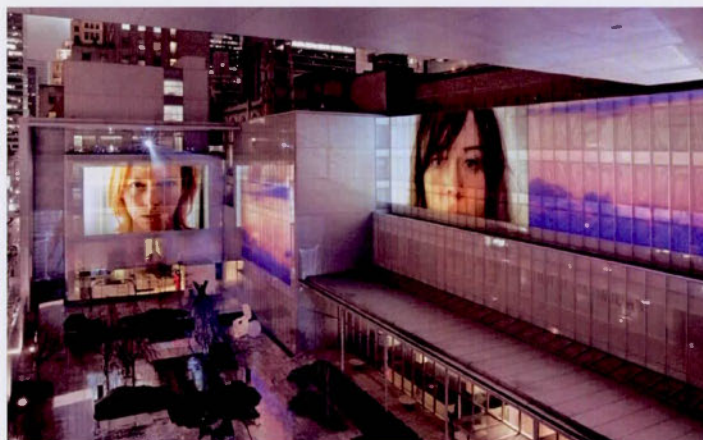
N'étant pas une pratique fréquente, la présentation des œuvres nouveaux médias en soirée se fait dans certaines institutions muséales. Cela peut être analysé en parallèle avec l'offre muséale de la visite nocturne, qui pour un certain nombre d'institutions muséales, a commencé de prendre l'ampleur depuis plusieurs années. L'ambiance de détente due à la

³² <http://whitney.org/Sunset>

³³ "What distinguishes these projects is that they use whitney.org as their habitat, disrupting, replacing, or engaging with the museum website as an information environment. This form of engagement captures the core of artistic practice on the Internet, the intervention in existing online spaces.", Idem.

nuit n'est pas le seul facteur décisif pour que le musée organise une manifestation nocturne dédiée aux œuvres nouveaux médias. Ces œuvres ont souvent besoin d'une absence de lumière ou d'une obscurité totale pour être visibles. Et la nuit offre naturellement cette condition favorable à la projection des œuvres nouveaux médias. Pour ce type de manifestation, le musée a besoin de collaborer avec une instance extérieure, puisque les œuvres s'exposent également à l'extérieur du bâtiment du musée. Par exemple, à Paris, pour la projection de *A la belle étoile* (2007) de Pipilotti Rist³⁴, une installation géante sur la piazza du Centre Pompidou devant le bâtiment du musée, le Centre Pompidou a dû obtenir une autorisation de la préfecture de Paris, car il s'agissait d'une intervention dans l'espace public. La projection s'est déroulée uniquement pendant la nuit, profitant de la pénombre. *Sleepwalkers* (2007) de Doug Aitken³⁵, œuvre qui a été présentée dans le MoMA en 2007 est un autre exemple d'installation nocturne. Cette œuvre a été exposée de 17h à 22h pendant toute la période de l'exposition sur le mur extérieur du bâtiment du MoMA (Fig. III-18).

Fig.III-18 : Doug Aitken, *Sleepwalkers*, 2007, MoMA



Aujourd'hui, cette offre muséale de visite nocturne s'est installée comme une pratique naturelle et semble faire partie d'activités de loisir de soirée comme il en est d'aller au cinéma. Souvent il ne s'agit pas d'une simple prolongation de l'ouverture de l'institution, bien que le changement même des horaires habituels de visite muséale puisse influencer le ressenti normal du visiteur diurne (Germain, 2014). Avec une connotation de la nuit associée à la détente, à la liberté, à une autre sensibilité, à la convivialité et à la

³⁴ Focus sur une œuvre, p. 280.

³⁵ <http://www.moma.org/interactives/exhibitions/2007/aitken/flash.html> consultation le 9 mai 2014.

festivité³⁶, le musée propose des événements variés avec par exemple de la performance, de la danse, de la musique ou du film et des nouveaux médias. La manifestation se tient souvent le vendredi soir, la veille du weekend, un moment de repos et de détente³⁷.

Les Nocturnes du MAC, anciennement *Les vendredis nocturnes*, au MACM peuvent être vues dans cette optique. Il s'agit d'un événement mensuel qui se tient le premier vendredi du mois. Cela s'organise sous forme de soirée avec cocktails et ambiance festive. La visite de l'exposition à l'étage est gratuite. Souvent la manifestation se déroule sous forme d'un concert incluant tous genres de musiques mais plutôt jeune comme du rock, par exemple. Pour cette soirée muséale, des artistes créent une œuvre nouveaux médias. Ce type d'événement n'est pas très facilement définissable en tant que genre. Il s'agit plutôt d'œuvres au croisement de plusieurs domaines de l'art, notamment celui de spectacle : musique, films, vidéo, performance, etc.

Lancé en octobre 2006, « Whitney Live »³⁸ tente de représenter ce qu'il y a de plus avancé en matière d'art de la performance. Cette série d'événements présente des créations artistiques au croisement de la performance et de l'installation. Lors de l'événement inaugural de *Whitney Live*, Steve Reich @ the Whitney, l'artiste a repris et réinventé la présence de la musique dans le bâtiment du musée, le Breuer Building. Reich a disposé les instruments, les équipements et les musiciens comme dans une exposition davantage que comme lors d'un concert. Les visiteurs ont ainsi été invités à entrer dans l'espace, à y déambuler librement, et à écouter quelques morceaux de musique tout en expérimentant directement le processus de l'installation. Le résultat a été plutôt celui d'une sculpture sonore environnementale qu'un concert.

Le musée collabore également avec d'autres manifestations artistiques comme par exemple la *Nuit blanche*. Ainsi dans le cadre de la *Nuit Blanche*, à Metz en 2012, le Centre Pompidou Metz a collaboré pour la réalisation d'une installation *Paleodictyon* de Simon Geilfus, Yannick Jacquet et Thomas Vaquié, artistes du label visuel AntiVJ. Pour cette 5e

³⁶ Concernant l'expérience du temps nocturne, nous pouvons remarquer trois points : 1. la nuit comme temps de repos récompensant de l'activité du jour. 2. La nuit comme moment de liberté. 3. La nuit comme lieu d'expression de sa sensibilité (Goth, 1994).

³⁷ Quelques exemples de ce type d'offre muséale : Nocturne du vendredi au Louvre (<http://www.louvre.fr/nocturnes-passions-oeuvre/nocturnes-du-vendredi-au-louvre>), Late at Tate Britain (<http://www.tate.org.uk/whats-on/tate-britain/eventseries/late-tate-britain>)

³⁸ <http://whitney.org/Exhibitions/Performance>

édition de la Nuit blanche Metz, animée par la thématique « mobilis in mobile », les artistes ont été invités à s'interroger sur le mouvement, en prenant comme point de départ les profondes mutations subies par la ville depuis quelques années. Ce groupe d'artistes a proposé une installation visuelle et sonore qui a investi l'architecture du Centre Pompidou Metz. Cette œuvre a été projetée sur le bâtiment du musée à partir de 22h et jusqu'à 2h, avec des projections de 12 minutes en boucle³⁹.

Ce type de pratique de la médiation secondaire reste cependant encore rare. Cependant, pour ce qui est des œuvres nouveaux médias, le musée a tendance à élargir son cadre habituel d'opération et à développer des collaborations avec d'autres organismes ou manifestations artistiques. Comme nous l'avons constaté, l'exposition au musée n'est pas la seule forme de présentation des œuvres nouveaux médias. Les musées essaient de s'adapter aux particularités d'un domaine qui varie considérablement et constamment selon les différentes pratiques des artistes.

Cette section nous a permis de survoler des différentes pratiques de médiation secondaire du musée pour les œuvres nouveaux médias en dehors du cadre de l'exposition. Chaque institution développe sa propre stratégie de monstration et de diffusion la mieux adaptée aux œuvres nouveaux médias et à leurs caractéristiques, ceci avec ses propres moyens et selon sa politique à l'égard de ces œuvres. L'évolution et l'identification de ces pratiques nous permet également de traverser l'histoire de d'évolution des médias.

Chaque modalité de médiation secondaire que nous avons examinée témoigne d'une ressemblance et d'une proximité avec les divers médias : le lieu de type médiathèque reçoit le visiteur dans un espace de communication de type « bibliothèque » ou « médiathèque » et interprète le visiteur dans la figure de l'« usager ». La programmation des projections fonctionne, malgré l'adaptation nécessaire pour l'intégrer dans le cadre

³⁹ « Inspirée librement des travaux de recherche du spécialiste des fonds marins Peter A. Rona, cette pièce abolira les échelles en faisant se rencontrer la microarchitecture animale et la construction humaine. Fasciné par les marques laissées dans les abysses par des créatures inconnues appelées *Paleodictyon nodosum*, il émet l'hypothèse que ces structures de forme hexagonale sont construites dans le but d'y cultiver des bactéries. Tel un capitaine Nemo des temps modernes, Peter A. Rona arpente inlassablement les fonds marins pour y découvrir ces êtres vivants dont on ne connaît que les mystérieuses architectures géométriques, rappelant de façon étonnante la forme hexagonale et la charpente du CPM. » : <http://www.centrepompidou-metz.fr/en/nuit-blanche-metz#onglet-1> ; <http://www.simongeilfus.com/portfolio-item/paleodictyon-centre-pompidou-metz/> (dernière consultation : 06/10/2014)

muséal, avec une configuration similaire à celle de la salle de cinéma. Le projet en ligne demeure sur la même interface que les sites Internet informatifs ordinaires, en les définissant à la fois comme un outil de diffusion de l'œuvre et comme une partie intégrante de l'œuvre. La manifestation nocturne, sortant parfois des limites du bâtiment du musée, voire en partenariat avec d'autres instances publiques qui s'occupent de l'espace urbain, croise les pratiques déjà installées des sorties nocturnes des citoyens. Enfin avec ces différentes modalités que le musée a adoptées pour les œuvres nouveaux médias, nous voyons que l'espace de communication du musée se superpose avec différents espaces de communication comme une bibliothèque, une salle de cinéma, un site Internet ou une soirée nocturne.

CHAPITRE 9.

Etude sémio-pragmatique des gestes de médiation secondaire pour les

œuvres nouveaux médias :

le cas de l'exposition « elles@centrepompidou »

Dans le chapitre 8, nous avons examiné les problématiques particulières que les œuvres nouveaux médias rencontrent lors de leur médiation secondaire, notamment en ce qui concerne leurs aspects spatio-temporels, ceux qui créent une situation ou un discours particulier lors de la communication de l'œuvre. Ensuite, nous avons vu les différentes pratiques muséales que nous avons préalablement examinées, hors cadre de l'exposition, établies et appliquées dans une prise de conscience de ces caractéristiques des œuvres nouveaux médias. A la suite de quoi, sur la base d'une étude sémio-pragmatique, ce chapitre vise à éclairer la question de la médiation secondaire pour les œuvres nouveaux médias.

Plus précisément, cette étude tente de dégager les particularités de la médiation secondaire pour les œuvres nouveaux médias, à partir du cas de l'« exposition », qui est, malgré tout, la forme de présentation de ces œuvres la plus largement utilisée pour l'art contemporain. Tandis que les pratiques de diffusion de ces œuvres, hormis le cadre de l'exposition, sont organisées spécifiquement pour ces œuvres (comme nous l'avons examiné dans la 2^{ème} section du chapitre précédent), elles ont tendance à isoler ces œuvres par rapport aux autres types d'œuvres d'art contemporain, ceci étant du à la spécificité de la mise en place de chaque pratique⁴⁰. Par contre, le cadre de l'exposition présente les œuvres nouveaux médias parmi d'autres types d'œuvre et peut ainsi montrer comment ces œuvres s'inscrivent dans l'histoire de l'art contemporain.

Pour cette analyse sémio-pragmatique, l'exposition « elles@centrepompidou » est choisie comme un objet empirique constitué d'un accrochage thématique provenant de la collection permanente du Centre Pompidou. Dans un premier temps, nous allons aborder l'histoire dans laquelle notre objet d'étude s'inscrit, sa description générale et la

⁴⁰ Par exemple, il est difficilement imaginable qu'une peinture ou une sculpture soit présentée dans le cadre de programmation de projection qui a lieu normalement dans un espace type salle de cinéma.

méthodologie d'étude que nous allons adopter. Dans un deuxième temps, en tant que résultats d'étude, nous présenterons deux gestes de médiation secondaire appliqués aux œuvres nouveaux médias dans l'exposition : d'une part, l'analyse du cartel, un des objets outil de l'exposition qui contribue à la mise en information et en valeur des expôts, ceci en véhiculant certains aspects de la médiation primaire mise en action pour les œuvres en question, et d'autre part, en analysant la configuration spatiale offerte à ces œuvres dans l'exposition. Le but n'est pas de discerner une pratique unique appliquée à ces œuvres, mais de mieux comprendre comment cette rencontre des œuvres avec les visiteurs se matérialise dans un espace tridimensionnel.

1. Cadre et méthodologie d'étude

1.1. Histoire de la mise en exposition des œuvres nouveaux médias au Centre Pompidou

En liaison avec la dynamique de sa politique de collection d'œuvres nouveaux médias, le Centre Pompidou a organisé de nombreuses expositions consacrées à ces œuvres. Depuis les expositions « Nam June Paik » (1978) et « Michael Snow, sept films et 'plus tard' » (1978) qui ont eu un grand retentissement du à la nouveauté et à l'inventivité de l'usage des médias dans la création artistique, beaucoup d'expositions ont été organisées au cours des années 1980 : « Environnement vidéo » (1980), « Catherine Ikam » (1980), « Nam June Paik » (1982), « Tricolor Vidéo » (1982), « Vidéo du réel, réel de la vidéo » (1983), « Nostos II de Thierry Kunzel » (1984), « Collections vidéo du Mnam, 1975-1985 » (1986), « Bruce Nauman : accrochage des collections d'art contemporain » (1988). L'exposition « Les immatériaux » (1985), conçue par le philosophe Jean-François Lyotard, a aussi témoigné du fort intérêt du Centre Pompidou pour les nouveaux médias, en intégrant des objets qui dépassaient de ce qui était alors considéré comme de l'art. Ainsi, voyons-nous que dès l'ouverture de l'institution, la volonté de médiation secondaire pour les collections nouveaux médias a été aussi déterminée que celle de leur acquisition.

Cet intérêt persiste et se développe au cours des années 90, avec des expositions monographiques d'artistes comme « Marina Abramovic et Ulay » (1990), « Robert

Filliou » (1991), « Gary Hill » (1992), « Stan Douglas » et « Mona Hatoum » (1994), « Douglas Gordon » (1995). Mais d'autres expositions ou manifestations, devrait-t-on dire, différentes, ont eu lieu en relation avec les évolutions technologiques touchant notamment et plus ou moins directement le monde de l'art ou ayant modifié la vie quotidienne. Ce sont, par exemple : « Tendances multiples », puis « Passage de l'image » (1990), « Manifeste, 30 ans de création en perspective, 1960-1990 » (1992). Ces manifestations ont par ailleurs donné lieu à un certain nombre de publications et d'éditions de catalogues de référence, comme celui de la collection vidéo *Vidéo et après*⁴¹.

Depuis l'année 2000 où la collection site Internet a été lancée, le Centre Pompidou organise des expositions qui montrent des œuvres beaucoup plus diverses dans le domaine des nouveaux médias, ainsi, par exemple « Sonic Process, une nouvelle géographie des sons » (2002) qui s'est focalisée sur des projets produits par ordinateur, suivie d'une édition de disques CD, donc de créations sonores, et encore « Claude Closky : Manège » (2006), un projet numérique multimédia qui demande au public une concentration visuelle. Entre temps, le service Nouveaux Médias a publié un catalogue *Collections Nouveaux Médias : installations* (2006). Plus récemment, les expositions « Le mouvement des images » (2009) et « Vidéo Vintage » (2012) ont été consacrées aux œuvres constituées d'images en mouvement.

Ainsi le Centre Pompidou, dès ses débuts, a mené une politique dynamique d'exposition pour ces œuvres. Ce fait nous laisse supposer que le Centre a dû acquérir, par une pratique de terrain, une compétence en matière de médiation secondaire appliquée aux œuvres nouveaux médias. Tandis que le Centre organisait de nombreuses expositions spécifiquement consacrées aux œuvres nouveaux médias et filmiques, il était fréquent de voir ces œuvres exposées côtoyer d'autres types d'œuvres dans une même exposition du Centre Pompidou. Ainsi l'exposition « elles@centrepompidou » est une de celles-ci où nous voyons les œuvres nouveaux médias mêlées à d'autres types d'œuvres d'art. Cette connaissance, acquise par l'expérience en matière de médiation secondaire des œuvres nouveaux médias, a sans nul doute profité aux gestes de médiation secondaire pour ces œuvres dans l'exposition « elles@centrepompidou ».

⁴¹ « Histoire du Centre Georges Pompidou : chronologie », *Centre Pompidou, trente ans d'histoire*, cat. coll., Paris : Editions du Centre Pompidou, 2007. p. 638-641.

1.2. « elles@centrepompidou » : une exposition hétérogène

Dans cette recherche, afin d'examiner la relation entre la médiation des œuvres nouveaux médias effectuée par l'institution et la réception des œuvres nouveaux médias par les visiteurs, et selon une approche sémio-pragmatique, nous effectuons une étude de cas sur l'exposition « elles@centrepompidou », une situation de communication où des œuvres nouveaux médias côtoient d'autres types d'œuvres.

Avec « elles@centrepompidou » qui s'est tenue du 27 mai 2009 au 21 février 2011, il s'agit d'un premier accrochage d'œuvres extraites de la collection permanente du Centre, entièrement consacré aux créations des artistes femmes de notre temps. Cette exposition, présentée en un parcours thématique et chronologique, a réuni une sélection de plus de 500 œuvres de plus de 200 artistes. Ont été exposées des figures emblématiques et historiques telles Sonia Delaunay, Frida Khalo, Dorothea Tanning, Joan Mitchell, et bien d'autres pour la partie historique, qui voisinent avec de grandes créatrices contemporaines, parmi lesquelles on peut citer Louise Bourgeois, Rosemarie Trockel, Rachel Whiteread, Valie Export et Dominique Gonzalez-Foerster.

Certes, « elles@centrepompidou » s'appuie sur l'une des plus riches collections au monde en art moderne et contemporain. Un certain nombre de polémiques sont apparues du fait d'avoir choisi les créations des seules artistes-femmes. D'après le communiqué du Centre, c'était une « occasion pour l'institution d'affirmer avec force son engagement auprès des artistes femmes de toutes nationalités, toutes disciplines confondues, et de remettre les créatrices au cœur de l'histoire de l'art du XXe et du XXIe siècles »⁴². L'exposition a classé les œuvres selon sept thèmes : Pionniers, Feu à volonté, Corps slogan, Excentrique abstraction, Une chambre à soi, Le mot à l'œuvre et

⁴² Plusieurs programmations pluridisciplinaires du Centre Pompidou (cycle de projection des films des artistes féminines, « Vidéo et après » avec un carte blanche au centre audiovisuel Simone de Beauvoir, etc.) ont proposé d'approfondir les domaines culturels que les femmes ont explorés depuis un siècle, littérature, histoire de la pensée, danse ou encore cinéma. Un audio-guide a été conçu pour accompagner le public dans sa découverte. Un catalogue de 380 pages a été publié aux éditions du Centre Pompidou en versions française et anglaise, lequel comprend de nombreux textes et essais ainsi qu'une chronologie couvrant le siècle. Un blog a été dédié à l'exposition afin de créer un espace de réflexion et de partage des idées sur le thème et l'exposition elle-même (<http://elles.centrepompidou.fr/blog/> (toujours actif le 15/04/2014 : dernière consultation)).

Immatérielles. Durant un peu moins de trois ans, il y a eu trois rotations d'œuvres par rapport aux nouvelles acquisitions auprès des artistes-femmes dans la collection du Centre Pompidou. La dernière rotation a eu lieu en septembre 2010⁴³.

Certes, avec l'exposition, il s'agit non seulement de l'une des possibles modalités de présentation des œuvres pratiquées par le musée, mais aussi d'une pratique de médiation secondaire qui devient parfois problématique, notamment au niveau de la gestion du temps de visite, question que nous avons abordée dans le volet précédent. Pourtant, nous constatons que l'exposition est indéniablement l'un des meilleurs moyens de présenter des œuvres nouveaux médias en tant que créations artistiques contemporaines parmi d'autres types d'œuvres d'art. Car, en les présentant dans un même contexte, nous pouvons les voir en relation avec les créations artistiques de l'histoire de l'art contemporain, en tant que courant artistique à part entière, parmi d'autres courants. Quant aux modalités de présentation des œuvres nouveaux médias dans des espaces type médiathèque ou salle de cinéma, ceux-ci sont certes mieux adaptés à la nature de ces œuvres. Mais en même temps ces espaces les maintiennent à l'écart, autant physiquement que psychologiquement, au moins dans la perception d'un certain public.

Nous examinerons comment les œuvres nouveaux médias sont présentées dans un espace d'art contemporain, organisé à priori sous la forme du *white cube*. L'organisation spatiale ainsi que les dispositifs et les informations fournies par le musée concernant ces œuvres seront donc étudiés. Nous repérerons préalablement des œuvres nouveaux médias dans cette exposition, puis nous analyserons les dispositifs liés aux œuvres nouveaux médias, y compris les cartels et les modalités de présentation.

1.3. Méthodologie d'étude

Comme il y a des dispositifs indispensables à la présentation des œuvres nouveaux médias, qui sont parfois indissociables des œuvres elles-mêmes, la situation de médiation des œuvres nouveaux médias dans une exposition peut être catégorisée selon des critères différents : par exemple le mode de mise à disposition de la temporalité (en boucle / en

⁴³ <http://elles.centrepompidou.fr/blog/?p=953> (dernière consultation : 05/10/2014).

direct / extrait / projection avec des horaires précis), ou la nécessité d'équipements techniques (moniteur, LCD, moniteur d'ordinateur, projection.../ écran simple ou multiple / interactivité technique : créations numériques), ou l'organisation spatiale (nécessité d'un espace isolé, cohabitation avec d'autres types d'œuvres, etc.), ou les types d'activités demandées aux visiteurs (intervention dans le contenu de l'œuvre / regard / lecture / déplacements entre les éléments de l'œuvre / etc.).

Dans cette recherche nous examinerons l'ensemble des dispositifs qui constituent à la fois l'expôt et l'objet outil de l'exposition, ceci en focalisant d'une part sur la médiation écrite, et de l'autre, sur l'organisation spatiale des œuvres nouveaux médias, en prenant en compte le fait que les œuvres se présentent dans un espace physique aménagé par le musée. Plus concrètement nous examinerons, d'une part, le cartel explicatif qui contient des informations précises sur chaque œuvre nouveaux médias, et de l'autre, l'aménagement spatial conçu pour ces œuvres, en tant que geste de médiation secondaire. Il s'agit ainsi de l'emplacement des œuvres nouveaux médias par rapport aux autres types d'œuvres, du dispositif de projection et sa configuration spatiale, de l'éclairage mis en place pour ces œuvres, etc. Nous porterons une attention particulière aux modalités d'éclairage de la configuration spatiale pour la présentation des œuvres nouveaux médias. Nous avons déjà repéré l'éclairage comme étant un élément presque indissociable des œuvres nouveaux médias. Afin de procéder à cette analyse, nous repérerons d'abord des œuvres nouveaux médias dans cette exposition, puis nous analyserons les gestes de médiation liés à ces œuvres.

2. Les gestes de médiation secondaire, ou les éléments paratextuels relatifs aux œuvres nouveaux médias

2.1. Médiation écrite pour les œuvres nouveaux médias : analyse de cartels

Pour l'analyse des différents gestes et outils de médiation secondaire destinés aux œuvres nouveaux médias, nous avons commencé par le repérage de toutes les œuvres que nous pouvons qualifier d'œuvres nouveaux médias. Selon les caractéristiques que nous avons examinées lors de la délimitation de l'objet de recherche, notamment avec les spécificités des images en mouvement créées à partir des médias et qui nécessitent une alimentation électrique, 40 œuvres ont été repérées et supposées pouvoir être qualifiées comme œuvres nouveaux médias (Fig. III-19).

Le cartel explicatif dédié à chaque œuvre nouveaux médias a été examiné comme étant une porte d'entrée à la médiation effectuée par le musée avant la mise en place de l'exposition par le musée : nous allons regarder quelle types d'informations liées à la médiation primaire sont véhiculées par cet objet outil d'exposition (Tab. III-2 : exemple d'analyse du cartel des œuvres nouveaux médias dans l'exposition « elles@centrepompidou »⁴⁴).

Cette exposition mettait en œuvre plusieurs niveaux de médiation écrite : le cartel propre à chaque œuvre, celui qui comporte un texte d'explication, un texte dédié aux sous-thèmes et thèmes de l'exposition, des citations d'artistes commentant leur œuvre, ainsi que des citations d'auteurs, philosophes, romanciers ou historiens. Ces textes rythment le parcours de l'exposition. Dans cette recherche, nous travaillons principalement sur le cartel directement dédié aux œuvres, afin de distinguer la spécificité des informations données sur ce type d'œuvre.

⁴⁴ Le résultat intégral de l'analyse se trouve dans l'Annexe X. Tome II, p. 103-110.

MUSÉE NATIONAL D'ART MODERNE / NIVEAU 4

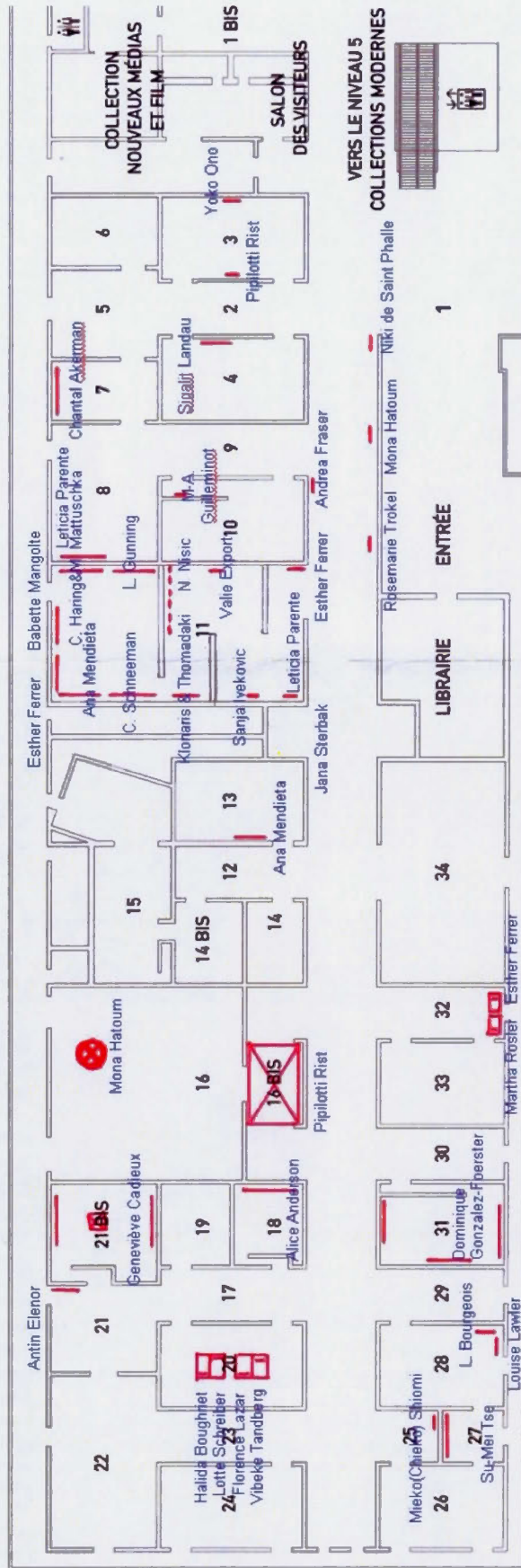
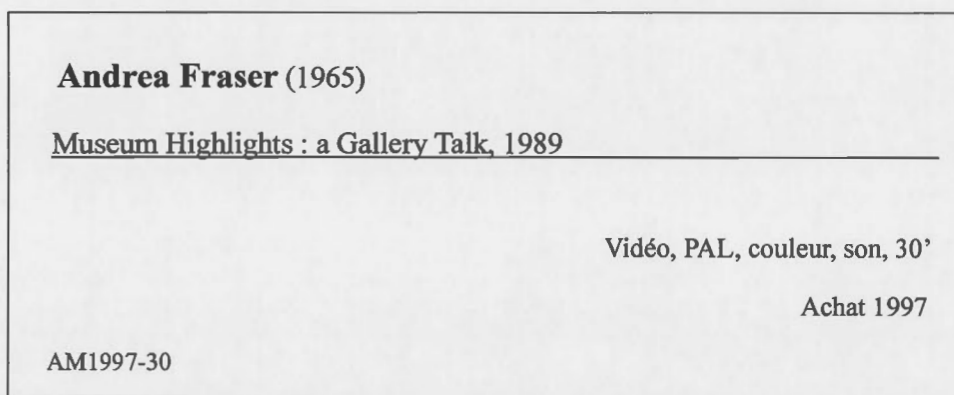


Fig III-19 : « Emplacements des œuvres nouveaux medias dans l'exposition :Elles@CentrePompidou »

| Contenu du cartel de base | | | | | | | | | | Observation des gestes de la médiation muséale | | | | | |
|---------------------------|---|------------------------------------|-------------------|--|--|---------------------------|--------------------------|--------------------|----------------------|--|------------------------|--------------------|---|-----------|-----------------------------|
| N° | Artiste (année de naissance) | Titre | Année de création | Durée | Médium d'œuvre | Couleur et son | Médiation primaire | | Médiation secondaire | | | | | | Médiation écrites associées |
| | | | | | | | Mode d'acquisition | N° d'inventaire | Type d'œuvre | Dispositif de présentation | Lien dans l'exposition | Type d'espace | Cohabitation avec d'autres types d'œuvres | Eclairage | |
| 1 | Niki de Saint Phalle (1930-2002) (co-réalisée avec Peter Whitehead) | Daddy | 1973 | 5', présence d'un extrait de 2 minutes | Film cinématographique 35 mm numérisé | Couleur, son | Don de l'artiste en 1984 | AM 1976-F1268 | Cinéma | Ecran LCD | Couloir principal | Espace ouvert | A côté de deux tableaux | Normal | Cartel allongé |
| 2 | Mona Hatoum (1952) | Roadworks | 21 mai 1985 | 6' 43" | Vidéo, bétacam numérique PAL | Couleur, son | Achat 2009 | EC 209-1-IV | NxM | Ecran LCD | Couloir principal | Espace ouvert | Entre 1 tableau et 1 ensemble d'affiches | Normal | Cartel court |
| 3 | Rosemarie Trockel (1952) | Continental Divide | 1994 | 18' 30" | Vidéo, PAL | Couleur, son | Achat 1999 | AM 1999-127 | NxM | Ecran LCD | Couloir principal | Espace ouvert | A côté d'un ensemble d'affiches | Normal | Cartel court |
| 4 | Andrea Fraser (1965) | Museum Highlights : A Gallery Talk | 1989 | 30' | Vidéo, PAL | Couleur, son | Achat 1997 | AM 1997-30 | NxM | Ecran LCD | Couloir principal | Espace ouvert | A côté de photos | Normal | Cartel allongé |
| 5 | Yoko Ono (1933) | Focus (Fluxfilm N°16) | 1966 | 6' | Film cinématographique 16 mm numérisé | Noir et blanc, silencieux | Achat 1994 | AM 1994-F1267 (16) | Cinéma | Moniteur vidéo | Salle 3 | Espace semi-ouvert | Entre photos et une sculpture | Normal | Cartel allongé |
| 6 | Pipilotti Rist (1962) | Blurclip | 1993 | 3' | Betacam SP, PAL | Couleur, son | Achat 1999 | AM 2000-36 | NxM | Ecran LCD | Salle 3 | Espace semi-ouvert | Entre les tableaux | Normal | Cartel |
| 7 | Sigalit Landau (1969) | Barbed Hula | 2001 | 1' 48" | Installation vidéo, Edition 18/18 + 2 EA, 1 vidéoprojecteur, 1 amplificateur, 2 HP, 1 bande vidéo, PAL | Couleur, son | Achat 2006 | AM 2006-9 | NxM | Projection sur le mur | Salle 4 | Espace ouvert | Avec d'autres installations-objets | Faible | Cartel allongé |
| 8 | Chantal Akerman (1950) 2 | (Letters Home) | (1986) | (104') | (Vidéo, 2 parties, BNU PAL (x2)) | (Couleur, son) | (Achat, 1989) | (AM, 1989-547) | NxM | Projection sur support | Salle 7 | Espace semi-ouvert | Seule œuvre dans l'espace | Obscur | Nom d'artiste sur le |

Tab. III-2 : Exemple de l'analyse du cartel des œuvres nouveaux médias dans l'exposition « elles@centrepompidou »

Dans cette exposition, le format des cartels destinés aux œuvres nouveaux médias suit le modèle des cartels des autres types d'œuvres, comme la peinture ou la sculpture. Si ces cartels véhiculent avant tout des informations propres à ces œuvres, ils comportent parfois un texte de commentaire. Mais en règle générale, ils comportent essentiellement les informations suivantes : nom de l'artiste accompagné de son année de naissance, titre de l'œuvre, année de création de l'œuvre, médium utilisé pour l'œuvre (format et technique), couleur ou noir/blanc, sonore ou silencieuse, durée de l'œuvre, mode d'acquisition et numéro d'inventaire du musée. Cela révèle du travail effectué par le musée pour la médiation primaire, et qui a bien évidemment servi lors de la préparation de l'exposition. Voici un exemple :



Ainsi le contenu de ce cartel pour l'œuvre d'Andrea Fraser, fournit des éléments d'information comme la durée et le format technique, la couleur ou le noir/blanc, la sonorisation ou son absence, ce qui témoigne d'une différence par rapport aux informations portées sur les cartels des autres types d'œuvre. Dans le cas de l'installation nouveaux médias, il y a encore davantage de précisions sur l'œuvre, non seulement sur la temporalité, mais aussi sur l'équipement nécessaire pour réaliser l'installation, comme par exemple dans le cas d'une œuvre de Geneviève Cadieux⁴⁵ :

⁴⁵ Focus sur une œuvre, p. 363.

Geneviève Cadieux (1955)

Voices of Reason / Voices of Madness, 1984

1 diapositive noir et blanc, 1 diapositive couleur numérisée, 1 CD audio stéréo, 1 trépied
1 projecteur diapositive, 1 vidéoprojecteur, 1 dispositif électronique avec ralenti de 2'
2 hauts-parleurs (version adaptée pour l'exposition)

Cette présentation a reçu le soutien du Centre Culturel Canadien de Paris

Achat 1997

AM 1997-47

Bien que les informations contenues dans le cartel fournissent certaines des données essentielles sur l'œuvre, les informations techniques semblent peu parlantes pour la plupart des visiteurs qui ne connaissent pas bien l'évolution des médias en termes techniques. Avec cet exemple de cartel, nous découvrons que les installations nouveaux médias peuvent impliquer une certaine adaptation lors de chacune de leur présentation. En effet, à travers ces informations données par le cartel, nous pouvons confirmer ce que nous avons constaté lors de l'analyse de la malléabilité de ces œuvres : les installations nouveaux médias peuvent inclure un travail d'interprétation dont le commissaire est responsable, comme un chef d'orchestre l'est avec une pièce de musique ou, dans le domaine des arts visuels, comme il en va de la réalisation d'un *wall drawing* de Sol LeWitt, où l'assistant exécutant jouit d'une relative liberté acceptée par l'artiste.

Or, à travers le repérage des informations sur le format et les techniques des œuvres indiqués par les cartels, nous avons découvert que toutes les œuvres en mouvement dans l'exposition n'appartiennent pas à la collection du service Nouveaux Médias ; il y a en effet des œuvres qui relèvent d'une autre catégorie, celle du cinéma expérimental, comme c'est le cas avec *Barbe bleue* (2007) d'Alice Anderson et avec *Letters Home* (1989) de Chantal Akerman (Annexe X, Tome II, p. 104). Quoi qu'il en soit, ce travail de médiation primaire effectué par certains départements du musée n'est pas directement discernable avant d'avoir lu les informations inscrites sur le cartel. De toute façon, l'information sur la catégorie à laquelle appartient l'œuvre ne fait pas partie du premier objectif qu'attend le visiteur de la part du musée, sauf de la part d'un public expert

comme les critiques d'art ou les étudiants des domaines concernés. Ce fait confirme encore une fois que la catégorisation concernant les œuvres nouveaux médias se pense, avant tout, dans le contexte du fonctionnement traditionnel du musée. En outre, ce travail de médiation muséale n'arrive pas toujours à convaincre le visiteur de la pertinence du concept sur lequel repose telle ou telle catégorie d'œuvres auxquelles il est confronté.

Selon l'analyse des informations des cartels, la durée des œuvres nouveaux médias dans l'exposition varie de 38 secondes (*Artist as combustible* (1987) de Jana Sterbak) à 47 minutes (*Double Labyrinthe (de la Tétralogie corporelle)* (1975-76) de Maria Klonaris et Katerina Thomadaki)⁴⁶. Même si ce ne sont pas les seuls facteurs décisifs pour l'appropriation des œuvres nouveaux médias dans une exposition, ces informations sur la durée de l'œuvre sont importantes pour la gestion du temps de visite de l'exposition par le visiteur, compte tenu du temps dont il dispose pour la visite de l'exposition.

Bien que le modèle des cartels des œuvres classiques soit élaboré, dans cette exposition, avec les informations essentielles, comme nous l'avons vu, la nécessité de proposer un nouveau modèle de cartel est de plus en plus flagrante. En insistant sur la spécificité du domaine des médias selon laquelle « la fixité signifie la mort [Fixity equals death] » dans son article « Death by Wall Label » (Paul, 2008, p. 106), Jon Ippolito demande une réflexion sur le modèle du cartel des œuvres nouveaux médias dans l'exposition. D'autre part le cartel des œuvres nouveaux médias évolue avec les développements technologiques. Il s'adapte également aux conditions spécifiques de ces œuvres, comme c'est le cas, par exemple, d'un cartel lumineux qui est lisible dans un espace fermé et sombre (Fig. III-20), ou encore un cartel multimédia qui indique l'heure de projection de l'œuvre pour que le visiteur sache à quel moment il arrive dans le déroulement temporel de l'œuvre (Fig. III-21).

⁴⁶ Annexe X. Gestes de médiation secondaire pour les œuvres nouveaux médias dans l'exposition « elles@centrepompidou ».

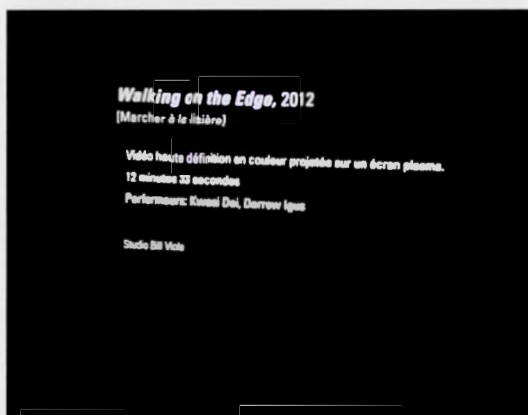


Fig. III-20 : Cartel lumineux dans l'exposition « Bill Viola » au Grand Palais, 2014



Fig. III-21 : Cartel multimédia, Centre Pompidou-Metz, 2011

2.2. Aménagement d'espaces pour les œuvres nouveaux médias

Au delà de l'analyse du cartel, nous avons observé, dans cette exposition, d'autres gestes de médiation secondaire employés pour les œuvres nouveaux médias. Divers supports et/ou dispositifs d'activation de l'œuvre sont utilisés, qui retracent l'évolution du domaine. Par exemple, le moniteur vidéo (modèle à tube cathodique) est utilisé pour les œuvres vidéographiques des premiers temps afin de restituer le contexte de création de l'époque (ex. *Four (Fluxfilm N°16)* (1966) de Yoko Ono (Fig. III-22)). L'écran LCD⁴⁷ est utilisé pour les créations plus récentes (ex. « Autoportrait dans le temps » d'Esther Ferrer), mais aussi pour des œuvres anciennes sauvées par la numérisation (ex. *Instructions N°1* (1976) de Sanja Ivekovic). Le type de diffusion de l'œuvre qu'est la projection est largement utilisé, parfois sur le mur ou sur le sol sans support particulier, parfois aussi avec un support sous forme d'écran cinématographique installé sur le mur. Pour les œuvres sonores, un haut-parleur est installé comme support de diffusion du son. Le niveau d'éclairage des œuvres nouveaux médias varie, de l'obscurité totale à l'éclairage ambiant normal. Quant à l'emplacement des œuvres par rapport aux autres types d'œuvres, elles se présentent parfois dans un espace séparé, parfois côtoyant les autres types d'œuvres.⁴⁸

⁴⁷ LCD : Liquid Crystal Display

⁴⁸ Annexe X. Gestes de médiation secondaire pour les œuvres nouveaux médias dans l'exposition « elles@centrepompidou », Tome II, p. 103-110.

A travers l'observation de l'ensemble de ces gestes de médiations secondaires dans l'exposition « elles@centrepompidou », nous arrivons à dégager une typologie de l'aménagement d'espace pour les œuvres nouveaux médias. Il ne s'agit pas d'énumérer une liste des aménagements spatiaux possibles pour ces œuvres, mais, après les avoir identifiées, de décrire certaines pratiques muséales courantes de médiation secondaire concernant les images en mouvement, dans le contexte de l'exposition.

2.2.1. Dans un espace ouvert sans dispositif (typologie 1)

Il s'agit de l'aménagement spatial qui peut être difficilement déterminable par le type d'œuvres nouveaux médias, car un espace ouvert peut être exploité de manière très variée. Dans un espace ouvert qui ne met pas en place de dispositif spécifique aux nouveaux médias : ici, avec le terme « dispositif », il s'agit bien évidemment de ce qui va au delà de ce qui est strictement nécessaire pour l'activation de l'œuvre. Donc il est question de l'espace construit pour créer une situation particulière ou pour améliorer les conditions de présentation/réception. Le mode de présentation des œuvres nouveaux médias suit souvent les conventions de présentation de la peinture et de la sculpture : accrochées à un mur ou posées sur un socle. Il y a ainsi le cas de la présentation de l'œuvre « accrochée » au mur comme pour les tableaux ou les photographies ; par exemple, la mise en exposition de *Autoportrait dans le temps 1981-2009* (2010), une œuvre vidéographique d'Esther Ferrer dans la salle 11 (Fig. III-23). Ou une œuvre vidéographique, notamment datant des premiers temps ; peut être présentée comme une sculpture sur un socle ; par exemple, *Four* (*Fluxfilm N°16*) (1966) de Yoko Ono (Fig. III-22).



Fig. III-22 : Yoko Ono



Fig. III-23 : Esther Ferrer

Exemples de présentation des œuvres nouveaux médias dans un espace ouvert sans dispositif

Mais il y a des modes de présentation qui dépassent cette convention limitée à un accrochage mural ou à un socle : une projection, par exemple, qui est « libérée du moniteur » (Parfait, 2001). Nous avons déjà constaté qu'il peut y avoir une installation projetée non seulement sur le mur mais aussi sur le plafond et/ou le sol, ou encore sur tous les types de supports que l'on peut imaginer (comme une baignoire, un bâtiment, une plage, etc.). Selon la nature des œuvres, les visiteurs peuvent être invités non seulement à regarder l'écran d'une manière frontale (ex. *Trademark* (1975) de Leticia Parente (Fig. III-24)), mais aussi à déambuler (ou plonger) dans la projection avec un effet immersif. (ex. *A la belle étoile* (2007) de Pipilotti Rist⁴⁹(Fig. III-25)). Même si on ne trouve pas ces cas dans cette exposition, les œuvres du type « moniteur-objet », comme dans *Vidéo Fish* (Fig. III-26, 27) de Nam June Paik et du type « dispositifs hybrides » comme TV Garden (Fig. III-28) du même Nam June Paik peuvent judicieusement être présentées dans ce genre d'espace ouvert (Van Assche, 2006, p. 20).



Fig. III-24 : Leticia Parente



Fig. III-25 : Pipilotti Rist

Exemples de présentation des œuvres nouveaux médias dans un espace ouvert sans dispositif

⁴⁹ Focus sur une œuvre, p. 280.



Fig. III-26 : Nam June Paik, TV Fish



Fig. III-27 : TV Fish (détail)



Fig. III-28 : Nam June Paik, TV Garden

Exemples de présentation des œuvres nouveaux médias dans un espace ouvert sans dispositif

Il peut y avoir un ou plusieurs bancs dans l'espace pour créer un certain confort de visite, comme dans une salle d'exposition-type traditionnelle. Mais dans ce cas d'aménagement spatial, il n'y a pas d'autres dispositifs spécifiques en dehors de ceux destinés au confort de visite et de ceux indispensables à la projection d'images (téléviseur ou projecteur). Comme il s'agit d'un espace « ouvert », les œuvres nouveaux médias sont souvent présentées côtoyant d'autres types d'œuvres, de ce fait l'éclairage de l'espace n'est pas spécifique aux œuvres nouveaux médias, même si le cas échéant il peut être diminué en intensité, mais sans aller jusqu'à l'obscurité totale. En somme il s'agit d'une pratique muséale de médiation secondaire, qui ne modifie pas la pratique de présentation usuelle d'une galerie du type « White cube », y est tout à fait conforme et elle est ordinairement réservée aux œuvres classiques comme des peintures et des sculptures.

2.2.2. Dans un espace ouvert avec dispositif (typologie 2)

Il s'agit d'une configuration spatiale avec la construction d'une structure spécifique. Cette construction peut se faire avec un dispositif qui est imposé par défaut par l'artiste et fait effectivement partie de l'œuvre, comme nous le voyons dans le cas de *Corps étranger* (1994) de Mona Hatoum (Fig. III-29). Sinon, il peut y avoir un dispositif pensé par l'institution muséale ayant pour but de faciliter les conditions de réception et d'appropriation des œuvres (ex. Salle 21 « Pratiques urbaines » (Fig. III-30)). Dans cette configuration spatiale, le dispositif de présentation est visible par le visiteur. C'est-à-dire que nous pouvons voir le dispositif dans son espace, tandis que la boîte noire, c'est-à-dire la salle obscure, même si elle est un dispositif, est un dispositif immersif dont les visiteurs ne prennent pas nécessairement conscience lors du visionnement.

Les structures construites proposent une condition spécifique de réception des œuvres, en créant une situation de communication particulière. Parce que, pour regarder ou « vivre » les œuvres, les visiteurs ont besoin d'y pénétrer et de franchir les seuils créés par ces dispositifs, en se déplaçant physiquement jusqu'à l'intérieur de ceux-ci. Dans ce genre de configuration spatiale, les œuvres nouveaux médias peuvent se présenter côtoyant d'autres types d'œuvres, selon leur nature et selon des conditions par défaut. De ce fait un éclairage particulier n'est pas toujours nécessaire, comme dans le cas de la typologie 1. C'est aussi une pratique muséale tout à fait conforme à ce qu'est le « White cube ».



Fig. III-29 : Mona Hatoum



Fig. III-30. Salle 21. « Pratiques urbaines »

Présentation des œuvres nouveaux médias dans un espace ouvert sans dispositif

2.2.3. Dans un espace semi-ouvert (typologie 3)

Cette typologie spatiale a pour base une construction dérivée de la « boîte noire », mode de présentation classique des œuvres cinématographiques. C'est-à-dire que dans ce type d'aménagement spatial, la construction d'un espace se fait bien souvent sous la forme d'une « boîte ». En effet, dans cet espace semi-ouvert, l'écran se place fréquemment de la même manière que dans une salle de cinéma. Ce type d'espace a une fonction de séparation par rapport à l'éclairage ambiant éventuellement renforcé pour la visibilité des autres types d'œuvres : nous avons déjà remarqué qu'il est nécessaire de créer l'obscurité pour rendre visibles de manière optimale des images écraniques comme un film ou une vidéo.

Cette configuration spatiale peut convenir à une œuvre mono ou multi écranique. A part la partie de l'espace réservé à l'œuvre, il peut y avoir des sièges, une ou deux entrée/sortie sans porte ou rideau. En tous cas, le lieu est obscur pour que les images projetées atteignent le niveau de qualité souhaité et attirent l'attention dans l'espace. Or, il y a toujours une forme dérivée, comme dans la pièce au fond de la salle 11 de l'exposition « elles@centrepompidou » (Fig. III-33). Dans cet espace où plusieurs projections vidéo sont rassemblées, l'éclairage n'est pas complètement supprimé, mais affaibli par rapport à l'éclairage habituellement appliqué aux autres types d'œuvres : nous pouvons supposer que ceci a pour but d'améliorer la visibilité des œuvres nouveaux médias, en même temps que cela permet la déambulation et l'appropriation des objets outils (comme le siège) des visiteurs.

Même s'il n'y a pas de fermeture-cloison dans cette configuration spatiale, les visiteurs, pour avoir accès aux œuvres, ont besoin de franchir ou de traverser les seuils créés par les dispositifs. Avec une disposition duelle de sortie-entrée, l'espace peut être éventuellement ressenti comme un lieu de passage dans le parcours de visite.



Fig. III-31 : Chantal Akerman



Fig. III-32 : Chantal Akerman



Fig. III-33 :
Espace de projection (au fond de la salle 11)

Présentation dans l'espace semi-ouvert

2.2.4. Dans un espace quasi-fermé ou fermé (typologie 4)

Ce type d'espace est souvent construit pour les installations nouveaux médias qui nécessitent une obscurité effective, ou pour les œuvres filmiques de longue durée qui nécessitent une concentration de la part du spectateur. Ce type d'aménagement spatial crée une condition de contemplation immersive, comme dans une salle de cinéma. Ceci minimise l'influence ou la gêne potentielle provoquée par d'autres œuvres lors du visionnement et à l'inverse cela élimine l'influence de l'œuvre projetée sur la perception d'autres œuvres. Ceci concerne non seulement l'influence visuelle due au mouvement et à la lumière des images propres aux œuvres nouveaux médias, mais aussi l'influence sonore : les œuvres nouveaux médias comportent le plus souvent du son qui peut être un élément perturbant pour le visionnement d'autres œuvres.

Plus précisément, avec cette catégorie, on peut parler d'espace quasi-fermé et fermé. En ce qui concerne le « quasi » fermé, les espaces sont théoriquement ouverts mais pratiquement fermés par un parcours d'entrée aménagé : par exemple avec dans les cas de *Voices of Reason / Voices of Madness* (1984)⁵⁰ (Fig. III-34), une installation multimédia de Geneviève Cadieux (Fig. III-34) et avec *Shortstories : Marquise, Gloria, Parc Cenral, Taipei* (2000-2008) de Dominique Gonzalez-Foerster. Le dispositif de fermeture qui joue ici, n'est pas celui de la porte qui isole complètement l'espace car il ne le ferme que partiellement. Quand il s'agit de l'espace « fermé », nous constatons l'usage de dispositifs d'isolation comme un rideau, tel est le cas de *L'écho* (2003) de Su-Mei Tse (Fig. III-35). Ce peut également être une porte comme le c'est le cas de *Mixed behaviour* (2003) d'Anri Sala, présentée dans une autre exposition du Centre Pompidou (Fig. III-36). En ce dernier cas, l'isolement lié à la nature sonore de cette œuvre s'explique par son potentiel de perturbation dans la réception des autres œuvres (bruits de feux d'artifice quasi continus). Dans ces deux cas, comme le plus souvent, une seule sortie/entrée est mise en place.



Fig. III-34 : Dominique Gonzalez-Foerster



Fig. III-35 : Su-Mei Tse

Présentation dans l'espace quasi-fermé ou fermé

Comme dans la catégorie précédente, nous avons ici à faire à un dispositif dérivé de la « boîte noire », une présentation classique des œuvres cinématographiques, ou à celui de la « chambre optique » si on remonte à une plus lointaine origine (De Mèredieu, 2004). Selon l'œuvre et l'exposition, plutôt que la projection en boucle, les horaires de la projection peuvent être mentionnés, même si cela n'est pas pratiqué dans cette exposition.

⁵⁰ Focus sur une œuvre, p. 363.



Fig. III-36 : Anri Sala



Fig. III-37 : Exemple de fermeture par un dispositif type « rideau »

En résumé, à travers l'analyse de l'organisation spatiale de l'exposition concernant les œuvres nouveaux médias, nous constatons que ces œuvres sont présentées alternativement selon des dispositifs qui se réfèrent aux pratiques muséales habituelles de l'exposition (de type « white cube ») et à celles, traditionnelles, de la salle de cinéma (de type « boîte noire »). Enfin, il y a des types de dispositifs qui sont des constructions spécifiques à chaque œuvre.

| | Référence de présentation | Eclairage | Cohabitation avec d'autres œuvres | Seuil à franchir |
|--------------------------------|---------------------------|-------------------------|-----------------------------------|------------------|
| Espace ouvert sans dispositifs | White cube | Normal ou faible | ○ | — |
| Espace ouvert avec dispositifs | White cube | Normal ou faible | ○ | Visible |
| Espace semi-ouvert | Boîte noire | Obscur | × | Invisible |
| Espace quasi-fermé ou fermé | Boîte noire | Obscur (souvent opaque) | × | Visible |

Tab. III-3 : « Organisation spatiale des œuvres nouveaux médias dans l'exposition *Elles* »

CONCLUSION DE LA TROISIEME PARTIE

Cette partie III nous a permis de voir les différents aspects de la médiation secondaire pour les œuvres nouveaux médias dans le contexte muséal. L'« exposition » a préalablement été examinée comme un cadre qui représente la pratique muséale de cette étape de médiation. Nous avons repéré ses caractéristiques et ses fonctionnements en éclairant son aspect objectal qui se matérialise avec les expôts et les objets outils dans un espace physique donné, puis son aspect symbolique qui représente un lieu hétérotopique rassemblant les chefs-d'œuvre, c'est-à-dire un « ailleurs » par rapport à notre vie quotidienne.

Ensuite, nous nous sommes approchés au plus près des problématiques de la médiation secondaire pour les œuvres nouveaux médias dans le musée. En traversant les différentes pratiques de la médiation secondaire muséale dépassant ce que nous entendons d'habitude par le terme « exposition » et pour répondre au mieux aux caractéristiques de ces œuvres, nous avons constaté que ces différentes pratiques muséales se présentent sous des formes relativement semblables à celles d'autres espaces de communication des médias : une médiathèque, une salle de cinéma, un site Internet, ou encore un événement nocturne.

Notre étude sémio-pragmatique sur l'exposition « elles@centrepompidou » a permis d'analyser, d'une part, le cartel des œuvres, c'est-à-dire, l'un des outils d'exposition qui révèle une partie du travail de la médiation primaire, et de l'autre, l'aménagement spatial consacré aux œuvres nouveaux médias, celui-ci étant l'un des gestes déterminants de la médiation secondaire pour ces œuvres. Quand on examine de près cette typologie d'aménagement spatial que nous avons dégagée, on voit que des micro-espaces, tels ceux de la vie quotidienne agissent au sein de l'exposition. C'est un peu comme un cinéma avec ici les espaces de type « boîte noire », ou comme un centre commercial avec un espace ouvert qui propose plusieurs œuvres de natures diverses, ou bien comme un hall de gare avec une projection immersive sur le sol ou sur d'autres supports architecturaux, ou comme un salon avec sa télévision et un siège confortable, comme une bibliothèque avec un dispositif de cabine de consultation informatique, etc. Donc avec les œuvres nouveaux médias, l'exposition devient un lieu qui rassemble et

superpose plusieurs espaces rappelant ceux de la vie quotidienne.

Cette configuration que nous voyons avec les dispositifs créés pour les œuvres nouveaux médias dans l'exposition nous conduit à la notion du « passage », examinée par Benjamin, en tant que phénomène représentatif du 19^e siècle à Paris : un nouvel espace du modernisme, généré par le développement des nouveaux matériaux architecturaux comme le fer et le verre mais aussi et surtout par l'éclairage au gaz. Les passages parisiens du XIX^e siècle ont été qualifiés de « magasins de nouveautés » et de « centres destinés au commerce des marchandises de luxe » (Benjamin, 2000, p. 45). Des espaces différents de la vie ordinaire se rassemblent dans un passage parisien ; restaurant, café, hôtel, théâtre, casino, bar, bibliothèque, etc.

Cependant, le Passage parisien du XIX^e siècle ne se réduit nullement à un simple centre commercial. Comme Benjamin l'a souligné, le Passage est à la fois l'intérieur et la rue : un endroit qui, n'étant ni l'intérieur ni l'extérieur, rassemble plusieurs types d'espaces et de ce fait est à la fois l'intérieur et l'extérieur. En effet, quand on analyse l'exposition comportant des œuvres nouveaux médias selon l'idée du Passage, elle devient elle-même un endroit intermédiaire, qui n'est ni l'intérieur ni l'extérieur comme l'est le seuil (en tant qu'espace intermédiaire). Avec l'exposition en tant qu'espace, il s'agit d'un lieu construit dans un but communicationnel et informationnel, à existence éphémère.

Or, certains dispositifs aménagés pour les œuvres nouveaux médias créent ou deviennent eux-mêmes un micro-seuil (en tant que limite à franchir) dans l'exposition, celui-ci déjà qualifié plus haut comme tel, lors de l'analyse de l'aménagement spatial (en tant qu'espace intermédiaire entre la vie et l'art). L'organisation spatiale montre que pour accéder aux œuvres nouveaux médias, les visiteurs ont besoin de pénétrer des espaces ou de franchir des seuils créés par les dispositifs aménagés pour chacune d'elles. Par ailleurs, selon l'analyse faite par Genette, nous avons déjà examiné les caractéristiques des éléments paratextuels en tant que « seuil », alors qu'ici la notion de seuil révèle une indéniable ambiguïté.

Enfin en même temps que nous constatons une mise en abyme des seuils, une question se pose : pour le visiteur, que signifient symboliquement ces seuils permettant d'accéder aux œuvres nouveaux médias ? Quand on visite et pense une exposition qui

comporte des œuvres nouveaux médias selon la notion de passage, la figure du visiteur peut se projeter naturellement dans l'image du « flâneur » d'un passage parisien du 19^e siècle, image utilisée d'abord par Baudelaire puis décrite par Aragon. Benjamin a décrit l'expérience d'un flâneur dans le passage comme celle d'une « hallucination » ou d'un « rêve », ceci dû aux spécificités architecturales et aux effets inouïs du verre et de la lumière.

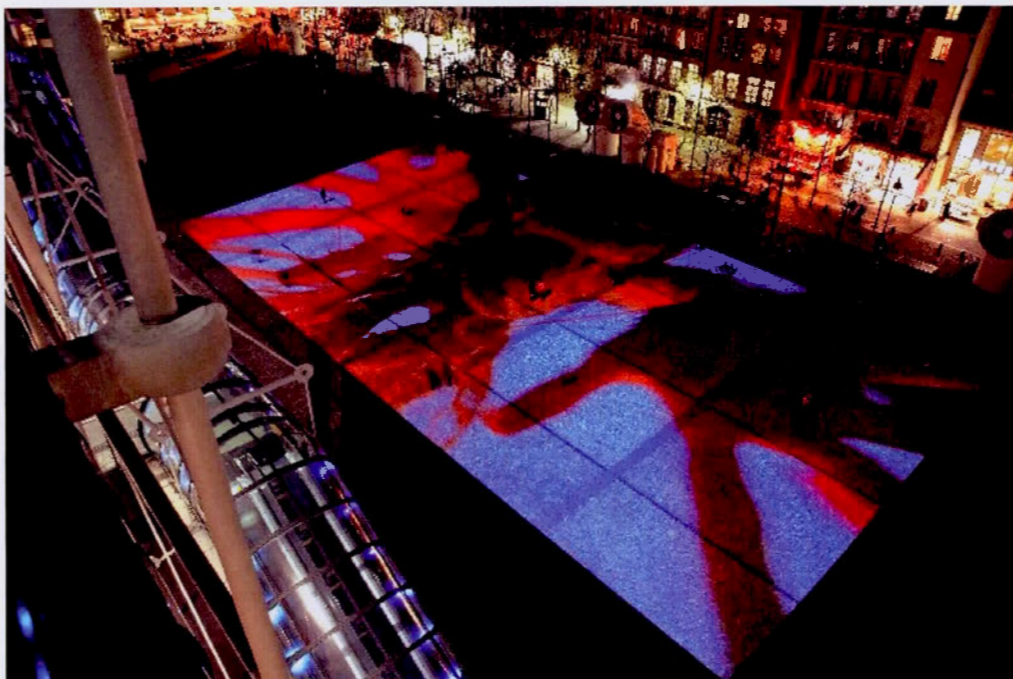
Le problème est que l'exposition est souvent considérée comme un lieu en dehors de notre quotidien : un « ailleurs » qui se consacre à l'univers pur de l'art, comme un lieu quasiment religieux, qui permet un voyage hors de la vie et des soucis du quotidien. Nous l'avons déjà vu avec les caractéristiques du *white cube*, révélées par une critique sur cet espace réservé à l'art contemporain. Dans l'exposition, le visiteur peut donc être confronté une situation étrange, celle-ci ne relevant ni seulement la vie quotidienne (intérieur ou maison), ni du monde imaginaire (extérieur ou « ailleurs »), ou étant plus ou moins les deux en même temps.

A partir de cette réflexion issue de l'analyse des configurations spatiales créées pour les œuvres nouveaux médias dans l'exposition, dans la prochaine partie, nous tenterons de découvrir comment le visiteur vit cette situation. Nous allons examiner comment se fait la réception de ces œuvres, autrement dit les gestes d'appropriation des œuvres par les visiteurs dans le contexte d'une exposition.

FOCUS sur une œuvre

Pipilotti Rist, *A la belle étoile* (2007),

1 vidéoprojecteur HD, 1 lecteur Blue-Ray, 1 amplificateur, 4 haut-parleurs, 1 bande vidéo, PAL, couleur, son, 6'39



Créée sur une commande du Centre Pompidou, à l'occasion de son 30^{ème} anniversaire, cette installation illustre bien les caractéristiques des œuvres nouveaux médias qui comportent certaines particularités en relation avec la médiation secondaire du musée abordée dans la troisième partie.

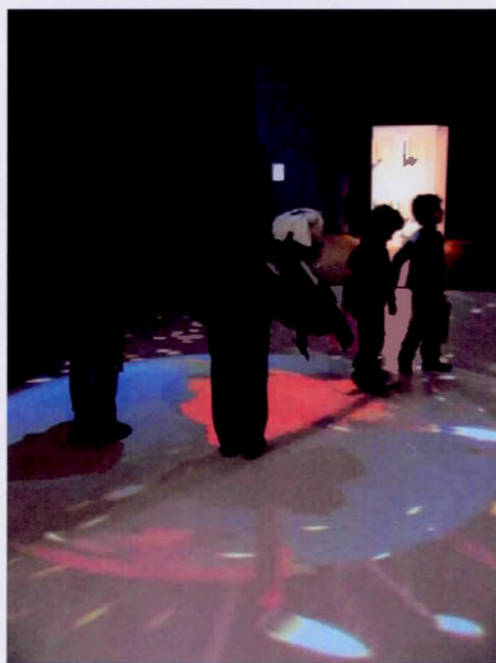
L'œuvre a été mise en « exposition », c'est-à-dire a été proposée par le musée dans une rencontre directe avec le public, sous la forme d'une manifestation nocturne, ce qui a été examiné dans la troisième partie comme une possible modalité de la médiation secondaire pour les œuvres nouveaux médias, autre que l'exposition traditionnelle. Le musée a collaboré avec une instance extérieure, la Ville de Paris, car si cette manifestation concernait la médiation secondaire dans le cadre muséal, il s'agissait aussi d'une intervention dans l'espace public. En considérant l'obscurité comme élément primordial qui assure la visibilité de ces images en mouvement, la projection a eu lieu à partir de 19h alors que la lumière du jour s'affaiblit suffisamment et rend ainsi la projection parfaitement visible⁵¹.

L'œuvre de Rist était projetée sur une grande partie de l'espace au sol de la piazza

⁵¹ L'œuvre a été en exposition du 31 janvier au 26 février 2007.

du Centre Pompidou (60 sur 30 mètres), devant l'entrée principale de l'institution (Photo 1). Elle pouvait être vue à la fois du sol, depuis les différents niveaux de l'escalier mécanique du Centre, mais également depuis le haut du Centre ou depuis les étages des immeubles riverains⁵². En déambulant dans la projection ou en la voyant de haut pour en embrasser l'ensemble, les spectateurs pouvaient vivre une expérience étrange et immersive dans ces images géantes en mouvement, filmées essentiellement en plongée ou en contre-plongée⁵³.

Si cette installation a été initialement présentée dans les conditions précédemment décrites, elle a été également présentée dans l'exposition « elles@centrepompidou » que nous avons analysée en tant qu'objet empirique pour la recherche sur la médiation secondaire des œuvres nouveaux médias. Dans cette exposition, elle a été présentée dans des dimensions plus réduites, dans un type d'espace ouvert sans dispositif (typologie 1) selon notre catégorisation (Photo 2). Ce cas de modification de présentation de la même œuvre dans divers contextes montre bien la malléabilité de l'œuvre qui s'adapte ainsi à différents supports médiatiques comme dispositifs de présentation. Même si l'artiste peut préciser les modalités de projection de l'œuvre, telles son format ou la dimension du support, une œuvre nouveaux médias peut s'adapter à une multiplicité de conditions de présentation, comme c'est le cas pour un programme de télévision ou pour un film qui peut se voir sur un téléviseur, sur un ordinateur, ou sur un téléphone portable.



Il est également intéressant de voir qu'avec ce changement des conditions de la projection, le comportement du visiteur se modifie. Bien que cette œuvre ait été présentée dans un espace ouvert qui sert également de passage, certains visiteurs ont préféré ne pas marcher sur l'image, malgré l'invitation écrite sur le sol « S'il vous plait, marchez sur l'œuvre » ; ils se déplaçaient en rasant le mur comme s'ils ne voulaient pas « toucher » l'œuvre. Cela rappelle certes un comportement de réserve traditionnellement imposé aux visiteurs du musée d'art, notamment avec le développement du musée public. Dans la quatrième partie, à partir de l'observation du comportement des visiteurs, nous allons étudier comment ceux-ci s'approprient les œuvres nouveaux médias dans le cadre muséal.

⁵² Le Centre Pompidou a invité le public à découvrir la projection depuis le haut du bâtiment les vendredis, samedis et dimanches, entre 21h et 23h, du 3 au 25 février : communiqué du Centre, <http://www.centrepompidou.fr/cpv/resource/cez6L9K/r8Kgb6> (dernière consultation : 16/09/2014)

⁵³ <http://www.newmedia-art.org/cgi-bin/show-oeu.asp?ID=150000000046788&lg=FRA>

QUATRIEME PARTIE

Etude de l'appropriation
des œuvres nouveaux médias
par le visiteur du musée

Cette 4^{ème} partie vise à comprendre comment, dans l'exposition, le visiteur « s'approprie » ou « vit » les œuvres nouveaux médias « médiées » ou « exposées ».

Dans l'introduction théorique de la recherche sur la médiation muséale, dans la 2^e partie, nous avons développé un modèle de médiation muséale portant sur trois niveaux dont chacun demande une méthodologie d'analyse différente. Notre modèle consiste à étudier ces trois niveaux de médiations. Nous avons étudié deux de ces étapes de médiation dans les parties précédentes ; la stratégie muséale pour les acquérir, conserver et préserver (médiation primaire), et la pratique de présentation pour les faire rencontrer au visiteur. (médiation secondaire). A travers l'analyse de ces deux types de médiations, nous avons constaté qu'il y a des conditions matérielles pragmatiques particulières, propres aux œuvres nouveaux médias, qui font que la médiation tertiaire ne peut pas se dérouler comme avec d'autres types d'œuvres dans l'exposition : leurs particularités au niveau du temps, de l'espace et du discours étant les trois facteurs qui créent ces conditions.

Malgré tout, des différentes formes de médiation tertiaire pour certaines œuvres nouveaux médias existent en dehors de l'exposition, notamment sous la forme de débats organisés autour du vidéaste, souvent associés à la projection intégrale ou d'extraits de l'œuvre. Il s'agit donc d'une médiation tertiaire indépendante et autonome de l'exposition. Par exemple, cela concerne le cycle de projections « Vidéo et après » que nous avons analysé dans la partie précédente. Pourtant ce type de programmation peut être qualifié à la fois comme une médiation secondaire et tertiaire : secondaire car il est en partie une présentation ou une situation de rencontre avec l'œuvre, et tertiaire, car il est en partie une informatisation supplémentaire sur l'œuvre concernée.

Tandis que les différentes formes de médiation tertiaire peuvent être organisées sous forme de programmation en dehors de l'exposition, les pratiques de médiation tertiaire dans une exposition semblent avoir des difficultés à pleinement fonctionner à cause de ces caractéristiques spécifiques du temps, de l'espace et du récit. Par exemple une œuvre vidéo comporte souvent du son et/ou de la parole, et cela ne peut pas aisément cohabiter avec une visite guidée ou un audio-guide qui comportent eux-mêmes une médiation orale, donc (souvent) sonore.

En résumé, pour réfléchir à une médiation tertiaire liée plus directement à la situation de visite, il faut d'abord cerner la nature du phénomène de réception. Dans la présente partie, en guise d'analyse d'une médiation tertiaire difficilement imaginable au moment même de la rencontre avec l'œuvre, c'est-à-dire dans la situation de visite, donc rarement applicable, nous choisissons d'analyser la réception des œuvres nouveaux médias par les visiteurs de l'exposition. Ce travail sur la réception des œuvres nouveaux médias par le visiteur, produira des éléments qui aideront à mieux imaginer une médiation tertiaire appliquée à ces œuvres dans le cadre même de l'exposition.

Comment se fait la réception des œuvres nouveaux médias par les visiteurs du musée d'art contemporain ? Nous avons commencé la recherche sur la réception des œuvres nouveaux médias avec une question très vaste. Suite à cette question, nous avons élaboré une hypothèse large pour l'examen des caractéristiques et conditions de communication dans l'exposition. Selon cette hypothèse, les visiteurs adopteraient des comportements spécifiques, ou « s'ajusteraient » (Jutant, 2011), vis à vis des œuvres nouveaux médias présentées dans une exposition, surtout au niveau de la temporalité du visionnement.

Pour examiner la validité de cette hypothèse, nous effectuons d'abord, l'observation des comportements des visiteurs dans l'exposition « elles@centrepompidou » qui a eu lieu du 27 mai 2009 au 13 février 2011 au Centre Pompidou. Pour préparer l'étude de cas, nous avons effectué des études préliminaires au MACM. Le travail au MACM avait pour buts, d'une part de tester et de perfectionner des grilles d'analyse élaborées pour le travail au Centre Pompidou, et d'autre part de préciser la question et l'hypothèse de recherche. Bien que ce travail ait été préparatoire, il a donné un résultat significatif, sur lequel nous avons pu rebondir et ainsi renforcer l'étude de cas conduite ultérieurement au Centre Pompidou. Par ailleurs, nous avons effectué des entretiens approfondis avec cinq visiteurs recrutés préalablement, afin de mieux comprendre, d'une part, le processus d'appropriation des œuvres nouveaux médias par le visiteur, et d'autre part les comportements repérés lors de l'observation des visiteurs.

Les données quantitatives, comme le traçage du parcours et du comportement, la mesure du temps d'arrêt devant l'œuvre ne constituent pas un but en soi, ni une évaluation

du pouvoir de captation de l'œuvre, mais cela permet de pointer et d'identifier un certain nombre de données sur l'appropriation des œuvres nouveaux médias par le visiteur. L'analyse des entretiens approfondis conduits au Centre Pompidou a permis de comprendre au moins partiellement ce qui détermine le comportement des visiteurs.

CHAPITRE 10.

Introduction théorique et positionnement de la recherche

Avec l'examen du concept « nouveaux médias », dans la première partie, nous avons repéré des points communs et des différences entre les médias pratiqués au quotidien et ceux en tant qu'œuvres d'art. Dans la deuxième et la troisième partie, nous avons examiné le travail du musée, pour acquérir, collectionner, conserver et restaurer des œuvres nouveaux médias (la médiation primaire) et celui qui concerne les stratégies de présentation des œuvres, pour les mettre à disposition du public (la médiation secondaire). A travers ces trois parties, nous avons vu que la double identité de ces œuvres, c'est-à-dire leurs caractéristiques en tant que médias et celles en tant qu'œuvres d'art « inquiètent »¹ le fonctionnement et même la définition traditionnelle de l'institution muséale. Suite à ces analyses, nous nous interrogeons sur le comment ces œuvres au caractère hétérogène et ambigu sont « reçues » par le visiteur du musée dans la situation de l'exposition.

Pour aborder une analyse de la réception, qui est l'enjeu de la présente partie, il est indispensable de préalablement traiter le concept de public, car le public est le sujet de l'acte de réception que nous allons étudier maintenant. Ce chapitre propose de parcourir les thèmes majeurs de la recherche sur le public des médias, de même que ceux portant sur le public de l'art et du musée et enfin d'examiner comment cette notion de la « réception » a été abordée dans les études précédentes, ceci afin de mieux positionner notre recherche par rapport à celles-ci.

1. Approches scientifiques du public des médias et de l'art

1.1. Approches et thématiques de recherche sur le public des médias

¹ Selon l'expression de Jeanneret dans « Les êtres culturels inquiétés » (Jeanneret, 2014)

Quand il s'agit des médias, surtout de masse, le public est considéré comme une entité invisible. Selon Pierre Sorlin, « il ne se constitue pas à priori, ne se réduit pas uniquement autour de l'objet qui l'engendre, de manière spontanée » (Sorlin cité dans Rieffel, 2005, p. 183-184).

Rieffel définit les caractéristiques du public des médias selon deux catégories. D'abord le public se constitue non seulement dans la durée, mais il est également le résultat de l'existence de deux publics successifs. Selon Sorlin, c'est la qualité des premiers participants et leur dynamisme (et non pas leur nombre) qui exercent une influence décisive et qui ouvrent la voie à l'émergence d'un vaste public. Le public manifeste une certaine reconnaissance de lui-même, sous forme de « communautés imaginées », et il peut réactiver des réseaux de sociabilité sous forme de « communauté d'échange », alors que souvent, ces communautés sont éphémères (Rieffel, 2005, p. 184).

Auparavant, les études de la réception des médias portaient sur le public en tant que figure fantôme (Allard, 1994). Par exemple, au début des études sur la réception des médias, pour la télévision, le public n'existait qu'en tant que chiffre d'audience. Ce public est disséminé et invisible à lui-même, contrairement au cas des spectacles où le public est rassemblé dans un lieu clos (Dayan, 1992, p. 150). Pour les professionnels du média, le public a surtout été un sujet de pratiques commerciales et économiques. C'est pour cela que le nombre des abonnés de la presse ou le taux d'audience des émissions est toujours un objectif important des médias. Mais depuis la fin des années 70, le public est considéré comme un spectateur « de chair et d'os » (Dayan, 1992). Il est étudié en tant que sujet actif de la réception qui donne du sens à la culture de masse. Aujourd'hui les chercheurs analysent l'influence des médias sur le public, tentent de comprendre ce que les gens font des médias, ce qu'ils en retiennent et comment ces pratiques s'intègrent à leur vie quotidienne.

Dans cette optique, Dayan a proposé le modèle « texte-lecteur » des médias² (Dayan, 1992, p. 150). En prenant appui sur une importante variété de contextes de

² - Le sens d'un texte ne fait pas partie intégrante du texte. La réception n'est donc pas l'absorption passive de significations préconstruites.

- Il n'y a pas de raison pour qu'un message soit automatiquement décodé comme il a été encodé. Il existe une grande diversité de contextes de réception et une pluralité de codes en circulation.

réception, il a surtout souligné que le public des médias peut se décrire comme étant un individu actif et socialisé qui s'approprie ce qu'il reçoit à sa propre manière, c'est-à-dire qu'il interprète le message, mais n'est pas quelqu'un qui absorbe passivement ce qui lui est proposé.

Depuis que l'étude de l'audience de la presse écrite a débuté, dans les années 1930 aux Etats-Unis, l'intérêt pour celle-ci s'est répandu aux autres médias. Comme la radio et la télévision ne disposent pas d'une mesure physique de leur diffusion comme c'est le cas pour le cinéma (nombre de billets vendus), ou comme pour la presse (nombre d'exemplaires vendus), différentes méthodes sont utilisées : entretien, panel et système audimétrique³ (Rieffel, 2005).

Afin d'évaluer l'auditoire de la radio, certains indicateurs sont étudiés ; l'audience cumulée / l'audience moyenne / la durée d'écoute par auditeur / la part d'audience (Rieffel, 2005, p. 156). Pour la télévision, ce sont l'audience ponctuelle ou instantanée / l'audience totale, etc. Selon les études, la durée d'écoute de la télévision est en évolution régulière⁴. Outre l'allongement de la durée d'écoute, l'activité d'écoute devient de plus en plus quotidienne : près de trois français sur quatre regardent la télévision tous les jours. Aujourd'hui l'évaluation de l'audience d'Internet devient également un enjeu important.

Bien que les praticiens se soient concentrés sur l'audience et l'écoute, les chercheurs se sont intéressés à analyser l'influence des médias sur le public, autrement dit les effets des médias auprès des récepteurs. Ils ont mené des études davantage qualitatives sur les sujets, comme les comportements du récepteur, ses motivations et ses formes de

- Le récepteur est un individu actif. Sa latitude d'interprétation est plus ou moins forte selon les circonstances (il peut retirer du texte des satisfactions inattendues, rejeter ou subvertir les significations qu'il lui propose).

- Le récepteur est non seulement actif, mais fortement socialisé. Les communautés d'interprétation, les ressources culturelles partagées influent sur le travail de décodage des messages.

- La réception est le moment où les significations d'un texte sont constituées par les membres d'un public. Ce sont ces significations, et non pas le texte lui-même, et encore moins les intentions des auteurs, qui servent de point de départ aux chaînes causales menant aux différentes sortes d'effets attribués à la télévision.

³ L'audimètre est un appareil, branché sur la télévision, qui enregistre le comportement des téléspectateurs avec une précision seconde par seconde.

⁴ En 1997, la durée d'écoute par semaine et par individu était de 22 heures (soit un peu plus de 3 heures par jour), contre 20 heures en 1988 et 16 heures en 1973. Elle était passée en 2004 à 3h24 min. par jour (Rieffel, 2005, p. 161).

participation, etc. Il s'agit de comprendre ce que les gens font des médias, ce qu'ils en retiennent et comment ces pratiques s'intègrent à leur vie quotidienne. Des travaux récents sur la réception portent sur les spécificités du public des téléspectateurs et les contextes de réception dans différentes cultures.

Selon Rieffel, il y a quatre types d'approches utilisées par les études de la réception des médias. Premièrement, il s'agit des études des effets des médias qui éclairent une vision unidirectionnelle et verticale de la communication. Deuxièmement, il y a des études des usages. Ici le but n'est pas de savoir « ce que les médias font aux gens » mais de s'intéresser à « ce que les gens font des médias ». La troisième tendance repose sur des études de la dimension symbolique et sociopolitique des médias. Avec cette tendance on prend en compte un contexte de réception social élargi, en portant attention aux dimensions culturelles, symboliques et sociopolitiques du phénomène. Ce courant s'est développé en Angleterre autour de l'école de *Birmingham* et des études culturelles qui s'intéressent à la culture de groupes comme les hippies ou les rockeurs, les féministes, etc⁵. Enfin, avec le quatrième type d'approche, il y a des études de la réception proprement dite. Dans cette dernière approche, plutôt que le message tel qu'il a été conçu et diffusé, c'est le message réellement reçu par le public qui est au cœur de l'analyse.

Depuis des années 1980, la télévision a été un des médias les plus étudiés en termes de réception ; ce qui serait possiblement expliqué par l'augmentation de la place de la télévision dans la vie quotidienne et par celle du nombre de chaînes télévision. Parmi des thématiques privilégiées de recherches sur le comportement du public de la télévision, il y avait les études de la réception de la « fiction sérialisée » qui ont été à l'origine d'un mouvement de recherche important (Rieffel, 2005, p. 170-171). Par exemple, la première étude importante a été réalisée en 1990 sur la série « Dallas » par Elihu Katz et Tamar Liebes.⁶ Cette étude a conclu que l'écoute télévisuelle du feuilleton s'équilibre entre

⁵ En référence à la recherche de Stuart Hall (1980), Rieffel présente la réception comme un phénomène à triple registre. D'abord il s'agit de la position dominante hégémonique. Dans cette position, le récepteur intègre sans résistance le message dans les termes souhaités par l'émetteur. Deuxièmement on peut parler de position négociée. Dans ce cas, le décodage du message se fait avec un mélange d'éléments adaptatifs et oppositionnels.

⁶ Pour cette étude menée dans différents pays, les spectateurs ont été interrogés, avant, pendant et après l'émission de l'épisode, sur différents aspects de leur réception de cette série ; par exemple ce qu'ils ont vu comme objets et acteurs et ce qu'ils ont retenu comme histoire. Leur manière de décrire la série a fait l'objet

distanciation et identification et provoque un certain plaisir chez le spectateur, ce qui maintient le taux d'audience.

Nous retenons donc ici quelques points qui illustrent l'évolution de la recherche sur le public des médias : d'abord l'évolution de la notion même de public et le fait que la durée d'écoute a été l'une des mesures d'étude de la réception des médias. Le but de la recherche était de connaître le taux d'audience, ceci dans un but économique et commercial. Donc le public était traduit en termes de chiffres et considéré plutôt comme une masse, un ensemble passif. Mais les études ont évolué dans le sens d'un sujet actif et ont interrogé ce que le public fait avec les médias : donc la dynamique d'appropriation devient un enjeu. Comme il s'agit des médias qui ont une fonction d'information, communication, divertissement et éducation, ces études concernent l'usage et l'appropriation des médias.

Certes le contexte muséal diffère du contexte des médias dans la vie quotidienne, et les œuvres nouveaux médias n'ont pas la même fonction. Malgré tout, l'apparence physique des œuvres nouveaux médias est proche, souvent même identique, de celle des médias dans la vie quotidienne. Ainsi, trouvons-nous certaines pistes qui pourront servir à notre recherche.

1.2. L'évolution de la recherche sur la réception de l'art

« [...] Une œuvre d'art doit être regardée pour être reconnue comme telle.

Donc, le regardeur, le spectateur est aussi important
que l'artiste dans le phénomène art. »

Marcel Duchamp, 'Celui qui fait la peinture',
in *Entretiens avec Marcel Duchamps*, G. Charbonnier, 1994

de l'analyse ; par exemple s'ils évoquent les acteurs avec les noms des personnages de la série ou avec leurs propres noms. Finalement les chercheurs ont retenu deux types de lectures de la série télévisée ; lecture référentielle qui consiste à relier le programme à la vie réelle et lecture critique qui traite le programme comme une fiction obéissant à des formules narratives et à des conventions esthétiques. Ils ont remarqué que le premier type de lecture est très fréquent chez les téléspectateurs à niveau d'instruction faible. Autrement dit il y a une corrélation entre le profil sociologique du récepteur et sa lecture du texte télévisuel. Pourtant ces types de lecture ne sont pas exclusifs et en réalité les spectateurs sont ni complètement naïfs ni complètement critiques.

Ainsi que cela a été abordé avec les définitions des dictionnaires, la réception de l'art concerne non seulement les objets comme les œuvres d'art mais aussi les questions, approches, conceptions liées à des directions de recherche et à des traditions aussi diverses que l'histoire de la critique d'art et de la littérature artistique, la sociologie et l'histoire sociale de l'art, la phénoménologie, la psychologie de l'art, la sémiotique et l'« esthétique de la réception » (Gamboni, 1996, p. 9). Gamboni récapitule diverses formes de l'histoire de la réception :

[...] histoire de l'effet, histoire de la réception littéraire (critique d'art, littérature artistique), histoire du goût (réception en acte par le marché de l'art, phénomènes de spoliation et de collection), histoire de la présentation et de la diffusion des œuvres d'art, psychologie de la perception. (Gamboni, 1996, p. 10)

C'est d'abord en littérature que la réception s'est développée comme un sujet de recherche. A la fin des années 60, en Allemagne, l'esthétique de la réception des œuvres littéraires a été développée par l'école de Constance, autour de chercheurs comme Hans Robert Jauss et Wolfgang Iser. Ensuite cette tendance d'étude s'est développée également aux Etats-Unis sous la forme de la *Reader-response theory*. Selon cette théorie, le lecteur se situe au centre de la littérature : il est considéré comme sujet de l'action de réception. Ainsi cette théorie énonce, d'une part, que chaque lecteur peut recevoir un texte différemment, selon chaque situation historique et sociale, et d'autre part, que le texte ne peut se constituer comme « œuvre » avant d'être lu. Jauss a considéré la place du lecteur comme importante : il a souligné que la littérature doit être traitée comme un processus dialectique de la production et de la réception. (Holub, 1984, p. 57) Cela rejoint le point de vue de Marcel Duchamp concernant l'achèvement d'une œuvre d'art, qui insiste sur la place essentielle du regardeur : « Supposez que le plus grand artiste du monde soit dans un désert ou sur une terre sans habitants : il n'y aurait pas d'art, parce qu'il n'y aurait personne pour le regarder. » (Charbonnier, 1994)

L'un des concepts importants de la théorie de la réception est l'« horizon d'attente » du public. Ce concept d'« horizon d'attente » signifie que le public a toujours

un certain niveau d'attente par rapport à une œuvre d'art. Or, selon Gadamer, il n'y a pas de meilleure réception ou de meilleure interprétation ; il n'y a que différentes réceptions (Jauss, 1978). L'importance et la variété de la réception a ainsi bien été soulignée.

Jauss distingue trois moments ou fonctions de l'expérience esthétique : la *poesis*, l'*aisthesis* et la *catharsis*. Allard les compare avec les trois pôles de la production, de la réception et de la communication : « par la *poesis* se crée un monde propre, par l'*aisthesis* renouvelle la perception des choses, et par la *catharsis* l'expérience esthétique se projette dans l'horizon de la communication intersubjective » (Allard, 1994, p. 71).

Toutefois, le public de Jauss et le lecteur d'Iser n'est qu'un modèle de lecteur, c'est-à-dire qu'il est une représentation modélisée de l'instance réceptrice de la communication, laquelle ne peut en aucun cas déboucher sur la représentation d'un lecteur réel. En effet, ces théories, à vouloir englober les différents types de lecteurs, n'ont réussi à y faire entrer aucun. Pourtant, le mécanisme lectorial modélisé s'applique à chacun d'eux. Et pour des théories qu'ils qualifient de relationnelles, Jauss et Iser réussissent, par cette systématisation paradoxale du lecteur, à exclure la psychologie et la subjectivité de la lecture, activités pourtant primordiales de l'expérience littéraire (Holub, 1984).

Au milieu des années 70, les chercheurs s'intéressaient essentiellement à la manière dont les œuvres d'art avaient été historiquement « reçues » (c'est-à-dire perçues, goûtées, comprises et traitées), ceci en séparant l'histoire des artistes de l'analyse esthétique. Dans un article d'*Histoire et critiques des arts* en 1977, Nicos Hadjinicolaou encourageait des études qui reposaient sur les témoignages fournis lors des ventes, lors des commandes, sur les « influences » et les décisions administratives, etc. Il a réalisé une étude de cas sur la première réception de *La Liberté guidant le peuple* de Delacroix.

Les notions de « champ » et d'« habitus »⁷ développées par Bourdieu ont joué un rôle important pour ce courant de recherche sur les dimensions individuelle, collective et

⁷ « ensemble des expériences incorporées et de la totalité des acquis sociaux appris aux cours d'une vie par le biais de la socialisation, définition qu'il résume comme un « système de dispositions réglées ». Il permet à un individu de se mouvoir dans le monde social et de l'interpréter d'une manière qui, d'une part, lui est propre, d'autre part est commune aux membres des catégories sociales auxquelles il appartient. [...] L'*habitus* est alors la matrice des comportements individuels, et permet de rompre entre un déterminisme supra-individuel en montrant que le déterminisme prend appui sur les individus. Cet habitus influence tous les domaines de la vie (loisirs, alimentation, culture, travail, éducation, consommation...) » (Bourdieu, 1979).

institutionnelle de la production et de la réception de l'art. En 1976, Enrico Castelnuovo a traité la question du public, dans un article publié dans la revue *Actes de la recherche en sciences sociales*⁸, qui a servi d'outil de réflexion sur l'art, à la fois comme pratique sociale (donc la réception de l'art) et comme pratique de diffusion des propositions italiennes et anglo-saxonnes en la matière. A cette occasion il a remarqué le faible développement des études sur la question du public dans l'art, par rapport aux études menées dans le domaine littéraire. Cependant, en 1979, Paolo Fossati a dirigé un numéro de 484 pages de *Storia dell'arte italiana*, sur la question « L'artiste et le public », qui rassemblait des contributions sur l'historiographie, le collectionnisme, le statut de l'artiste, son évolution, le public et l'appréciation ou la consommation (*fruizione*), l'estampe et les divers procédés de reproduction des œuvres d'art » (p.10). Haskell s'est intéressé à la question du goût pour l'art, dans *Rediscoveries in Art : Some Aspects of Taste, Fashion and Collecting in England and France* (1976).

En qualifiant la réception de concept qui « permet de reformuler la vieille notion d'« influence » », Gamboni propose de mettre « en évidence le fait que tout témoignage de « réception » est aussi lui-même une « production » engagée dans un processus de communication dont l'interprète doit tenir compte. » (Gamboni, 1996, p. 10) ;

[...] « ce que nous avons, ce sont les œuvres (et non les spectateurs), [...] le fait même que nous les ayons, c'est-à-dire qu'elles aient été conservées, et la forme dans laquelle elles nous sont parvenues et se trouvent offertes (ou non) à notre perception, dépendent et témoignent de l'histoire continue de leur réception – histoire de la réception, qui en effet, est aussi une histoire matérielle qui concerne l'œuvre autant comme objet que comme signe, fait qui mérite d'être souligné au moment où les limites du modèle sémiotique et celles de la notion d'image (subsumant sous le même chef images mentales et virtuelles aussi bien qu'œuvres d'art, imagerie et reproductions) sont ressenties par de nombreux historiens de l'art. » (p.11)

A travers l'examen, selon différents angles et sujets de recherche, en matière de réception de l'art, nous voyons que la question de la réception ne concerne pas seulement la

⁸ E. Castelnuovo, « L'histoire sociale de l'art : un bilan provisoire », *Actes de la recherche en sciences sociales*, n°6, décembre 1976, pp. 63-75 (pp.71-73).

réception par le public en tant que destinataire de l'art, mais aussi par les acteurs de tout le système de l'art, en incluant le travail effectué par et au musée. En effet, ces acteurs du domaine comme le conservateur, l'historien de l'art, le critique d'art, ont besoin de « recevoir » les œuvres d'art afin de créer et transmettre (autrement dit, « médier ») des savoirs établis à partir de leur propre réception de l'art. Ainsi, voyons-nous encore une fois le lien fort entre la médiation muséale qui est basée sur une collection, c'est-à-dire une histoire matérielle de l'art, et la réception du visiteur : notre démarche scientifique qui aborde à la fois ces deux aspects de la communication muséale peut ainsi se trouver justifiée.

2. Les études sur le public du musée d'art

Après l'examen des sujets d'étude sur le public des médias et celui de l'art, cette section vise à repérer les points d'intérêt abordés dans les études sur le public du musée. Etant située au croisement des médias et des œuvres d'art dans son statut identitaire, nous positionnons notre recherche par rapport à celles qui ont précédé dans plusieurs domaines.

2.1. Approches scientifiques sur le visiteur du musée

Quand nous parlons du public du musée, cette entité se précise davantage en parlant du « visiteur » du musée. Les chercheurs comme Davallon (2000) et Le Marec (2007) ont souligné cette obtention d'un statut du visiteur lors du franchissement de l'espace physique du musée. Le visiteur est, en effet, l'une des raisons d'être du musée : l'ensemble du fonctionnement du musée est établi en supposant l'existence de ce destinataire. Pourtant il est souvent considéré comme un visiteur-modèle, plutôt que comme une vraie personne ;

[...] l'exposition est pensée et construite (intellectuellement et matériellement) à destination des visiteurs. C'est pourquoi le producteur d'une exposition peut créer,

consciemment ou non, une sorte de « visiteur-modèle » : tout en élaborant le programme ou le scénario d'une exposition, il définit en même temps la bonne manière de recevoir cette exposition. (Desavallées et Mairesse, 2011, p. 162)

Enfin, il est intéressant de voir que ce point de vue sur le public existe également dans le domaine des médias et dans celui de l'art. Mais aujourd'hui le public du musée est de plus en plus considéré comme un acteur. Nous nous rappelons également que l'intention du concepteur d'une exposition n'est pas totalement transmissible, que le visiteur a la liberté de retenir, parmi ce qui lui est proposé, selon ses intérêts et besoins et selon sa propre interprétation ou compréhension. Les recherches ont été ainsi poursuivies autour de questions comme le fonctionnement psychologique du visiteur.

Des études sur les publics du musée ont été effectuées dans plusieurs directions et domaines. Avec l'augmentation de la prise de conscience de ce qu'est un public, notamment avec la loi du musée en 2002 en France, ces études se sont développées et cela dans des environnements différents, comme par exemple le domaine muséal, le domaine universitaire ou le domaine politique.

Pour faire le point, en ce qui concerne les études sur le visiteur du musée, selon, Dufresne-Tassé et Weltzl-Fairchild, nous pouvons classer les sujets de recherche en six catégories (Allard *et al.* 1997, p. 200-201) :

- 1) études sur la perception du musée et de ses services par le visiteur, celles, par exemple, de Griggs et Hays-Jackson(1983),
- 2) études qui identifient le public du musée et ses attentes, comme celles d'Abbey et Cameron (1960),
- 3) études sociologiques, comme celles de Bourdieu et Darbel, qui décrivent les caractéristiques socioculturelles du visiteur et comment sa fréquentation du musée influence ses pratiques.
- 4) études sur les comportements des visiteurs, pour lesquelles il y a trois thématiques :

-l'« attracting power⁹ » et le « retaining (ou holding) power¹⁰ » des objets exposés, études conduites par Melton(1974),

- quels gestes spécifiques le visiteur fait en liaison avec la signalisation (Griggs et Alt, 1982),

- études des typologies des visiteurs comme celles de Véron et Levasseur (1983),

5) études qui évaluent l'apprentissage qu'effectuent les visiteurs en rapport avec des expositions spécifiques,

6) études sur l'apprentissage, qui sont de deux types ; les études expérimentales qui se concentrent sur les facteurs qui influencent l'apprentissage (Screven, 1975) et les études descriptives qui se concentrent sur l'acquisition et l'apprentissage par le visiteur (Falk, Koran et Dierking, 1986).

Ici nous pouvons encore ajouter un autre courant de recherche sur le fonctionnement psychologique des visiteurs, développé par des chercheurs canadiens comme Dufresne-Tassé, Weltzl-Fairchild et Emond. Ainsi ont-ils développé une recherche en application de la théorie de la « dissonance cognitive », une théorie inventée par Festinger¹¹. La « dissonance cognitive » est un phénomène psychologique qui apparaît lorsque les individus rencontrent une situation qui n'est pas en accord avec leurs connaissances préalables (Festinger, 1962 ; Weltzl-Fairchild, Dufresne-Tasse et Dube, 1997). Ce phénomène a été étudié par différents chercheurs dans le cadre de l'expérience

⁹ « [...] defined as the percentage of visitors who come to a complete stop and look at any part of an exhibit » (Peart, 1984; Donald, 1991 : 377)

¹⁰ « Museum evaluators talk of holding power as the time a person remains stopped at an exhibit divided by the minimum time necessary to read and see an exhibit » (Donald, 1991: 373)

¹¹ Selon Festinger, même s'il y a une sorte de « consistance » entre ce qu'une personne connaît ou croit et ce qu'elle fait, il y a des exceptions ; quelqu'un peut savoir que fumer des cigarettes est mauvais pour lui, alors qu'il continue de fumer ; beaucoup de gens commettent des crimes bien qu'ils connaissent la haute probabilité d'être identifiés et punis. Festinger remplace cette « inconsistance » psychologique par « dissonance » et « consistance » par « consonance ». Il propose deux hypothèses de base pour développer sa théorie : 1. L'existence de la dissonance, étant psychologiquement inconfortable, motivera la personne pour essayer de réduire la dissonance et gagner en consonance. 2. Quand la dissonance est présente, en essayant de la réduire, la personne évitera activement les situations et informations qui semblent augmenter la dissonance. Festinger, Leon. 1962. *A theory of cognitive dissonance*. Stanford (Calif.): Stanford university press, p.1-9.

esthétique et du fonctionnement psychologique du visiteur au musée (Weltzl-Fairchild, Dufresne-Tasse et Dube, 1997).

Parmi les courants de recherche que nous venons de citer, nous porterons notre attention sur la quatrième catégorie, c'est-à-dire sur les comportements du visiteur, car avec notre recherche, il s'agit d'examiner l'interaction entre les œuvres nouveaux médias telles qu'elles sont proposées par le musée et la dynamique de son appropriation par le visiteur. Donc les recherches sur le temps du regard comme celles de Melton (1972) puis de Passeron et Pedler (1991) et enfin les recherches sur la déambulation des visiteurs au sein de l'exposition menées par Véron et Levasseur (1983) nous serviront de références méthodologiques.

2.2. Etudes sur la réception des œuvres nouveaux médias par le visiteur du musée

Alors que c'est le cas pour les autres œuvres, le musée n'est pas le lieu de leur médiation principale pour les œuvres nouveaux médias. Certaines œuvres nouveaux médias n'ont peut-être plus vraiment besoin du musée lorsqu'elles peuvent s'intégrer dans le circuit ordinaire des médias, de la grande distribution, ou en ligne. Paradoxalement, de plus en plus d'artistes collaborent avec les musées dont ils se servent comme lieu de présentation et sans doute de validation pour ces œuvres.

Bien que cette présence des œuvres nouveaux médias s'accroît dans le milieu muséal, la réception des œuvres nouveaux médias par le visiteur n'est pas encore l'objet d'études très développées, ni dans le domaine scientifique, ni dans celui professionnel. La plupart des études réalisées sur les œuvres nouveaux médias depuis quelques années, notamment à partir des années 2000, portent sur les aspects conceptuels, esthétiques, ou historiques. Ceci est probablement dû au fait que ce domaine artistique n'a pas encore tout à fait trouvé une vraie place dans l'histoire de l'art, ce nous avons déjà remarqué lors de l'examen de la problématique des œuvres nouveaux médias, dans la première partie.

Les institutions mènent régulièrement des études de public, même si ces études sont prioritairement statistiques. Par exemple, si périodiquement, le Centre Pompidou mène une étude sur son public global, il n'y pas encore eu d'étude réalisée avec pour cible précise le public des œuvres nouveaux médias. Toutefois, en 2004, une étude sur le public du cinéma du Centre Pompidou a été réalisée¹², en un domaine voisin des nouveaux médias, mais elle cherchait plutôt à évaluer les programmes du cinéma du Centre que la réception de ce type d'œuvre.

Malgré les quelques études citées, nous constatons qu'il n'y a pas vraiment d'études exclusivement consacrées aux problématiques de la réception des œuvres nouveaux médias et basées sur une recherche empirique. L'intérêt de notre recherche qui est fondée sur une méthodologique sémio-pragmatique et empirique, se situera donc partiellement dans ce contexte quelque peu novateur.

¹² DAEP/Observatoire des publics/Galileo Consulting, « Etude du public du cinéma », avril 2004.

CHAPITRE 11.

Etude sémio-pragmatique de la réception des œuvres nouveaux médias

Faisant suite au positionnement de la recherche, effectué dans le dernier chapitre, ce chapitre-ci propose d'établir une méthodologie d'étude sémio-pragmatique concernant la réception des œuvres nouveaux médias. La réception est un concept fort vaste et pourrait être abordée sous des angles très divers, ceci a été noté dans le dernier chapitre. Ici nous abordons l'expérience de visite, qui est l'un des aspects de la réception dans une situation précise et singulière.

Dans ce chapitre, seront analysées les problématiques auxquelles les visiteurs vont être confrontés devant des œuvres nouveaux médias dans une situation d'exposition. Pour ce travail, les caractéristiques des œuvres nouveaux médias au niveau du temps, de l'espace et du récit seront abordées sous l'angle de la réception. Ensuite la méthodologie d'étude de la réception (plus précisément l'appropriation des œuvres dans l'expérience de visite) sera établie à partir de ces problématiques. Les études de cas ont été effectuées en plusieurs étapes. Une observation préalable a eu lieu au MACM, puis une autre au Centre Pompidou avec pour but de repérer des comportements particuliers vis-à-vis des œuvres nouveaux médias, ceci au niveau de la gestion du temps de visionnement et de l'appropriation de l'espace. Outre l'observation, l'entretien approfondi a été mené en visite accompagnée pour mieux comprendre le processus d'appropriation des œuvres nouveaux médias et la nature spécifique des comportements des visiteurs observés.

1. Problématiques de la réception des œuvres nouveaux médias dans l'exposition

1.1. Le temps : une porte d'entrée dans la problématique de la réception

« En tout cas, si vous regardez ma télévision,
s'il vous plaît, veuillez la regarder plus que 30 minutes »
- Nam June Paik, dans le journal *Fluxus fLuxus cc fiVe ThReE*, juin 1964¹³.

Certes, le temps, imposé par défaut, est une caractéristique incontournable des œuvres nouveaux médias. Cette caractéristique est celle qui distingue le mieux ces œuvres par rapport aux autres types d'œuvres d'art. En étant conscientes de cette caractéristique, de nombreuses institutions ont organisé des expositions à partir de celle-ci¹⁴. Nous nous rappelons que dans les pays anglo-saxons, l'expression « Time-based art » est largement employée, plutôt que celle d'art numérique, art médiatique ou autres expressions. Même s'il s'agit d'un cas particulier, *The Clock* (2010) de Christian Marclay, une œuvre citée dans la troisième partie, qui se déroule durant 24 heures et est présentée en intégralité selon le souhait de l'artiste, illustre la contrainte extrême que la temporalité de l'œuvre peut créer lors de sa réception.

Mais quelle que soit la nature de l'œuvre, y compris les œuvres non-nouveaux médias, il est nécessaire de leur consacrer un certain laps de temps. Ainsi, l'expérience de la visite d'une exposition laisse au visiteur une liberté de sa gestion temporelle; il choisit, regarde, va, jette un coup d'œil, marche et peut-être revient. C'est toujours le regardeur qui gère la durée du temps qu'il consacre à une œuvre. Selon certaines études, il est dit qu'une personne consacre une dizaine de secondes en moyenne à chaque œuvre d'art exposée dans une galerie ou un musée, une durée qui peut certainement être jugée insuffisante pour vraiment la regarder (Gervereau, 1999 ; Zelanski et Fisher, 1999). Bien évidemment le temps nécessaire peut varier selon les caractéristiques et les conditions particulières propres à chaque œuvre. Pourtant le résultat de la recherche de Passeron et

¹³ "Anyway, if you see my TV, please, see it more than 30 minutes." – Nam June Paik, in the Fluxus newspaper *fLuxus cc fiVe ThReE*, June 1964.

¹⁴ Par exemple, les expositions *Seeing time: Selections from the Richard and Pamela Kramlich Collection of Media Art*, 1999, San Francisco Museum of Modern Art, Etats-Unis; *Signs of the times*, 1990, Museum of Modern Art Oxford, Angleterre.

Pedler concernant le temps consacré aux tableaux par les visiteurs du musée montre la validité de ce constat (Passeron et Pedler, déc 1991).

Or, la temporalité des œuvres revêt un aspect plus complexe, et lorsqu'il s'agit des œuvres nouveaux médias, il y a plusieurs temporalités qui se superposent. Selon Ethis, dans l'esprit du spectateur d'un objet filmique, la gestion du temps se fait sur au moins trois épaisseurs qui sont à la fois propres et interdépendantes (Fig. IV-1) (Ethis, 2006, p. 48-51).

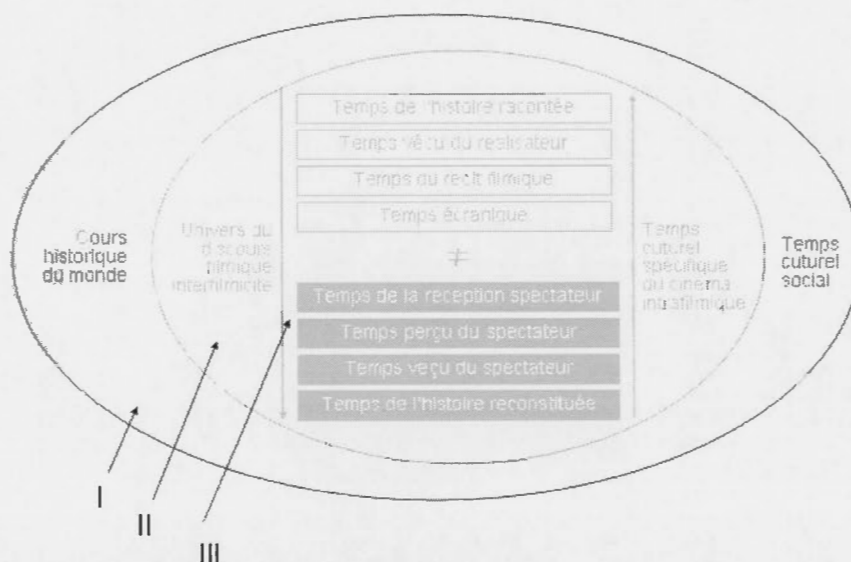


Fig. IV-1.

Du temps de l'histoire que le réalisateur désire raconter au temps de l'histoire reconstituée par le spectateur du cinéma (Ethis, 2006, p. 48)

Ethis explique ces différentes couches temporelles dans une œuvre filmique : premièrement, (I) l'épaisseur du « cours historique du monde où se synthétise historiquement, socialement, et donc culturellement notre temps vécu et pensé », la deuxième est (II) « celle de l'univers du discours filmique [...] qui s'est elle aussi historiquement rationalisée au fur et à mesure que s'édifiait le patrimoine cinématographique », enfin (III) « un acte de communication complexe où se croisent les « horizons d'attentes » des publics avec les qualités intrinsèques des œuvres qu'ils fréquentent. » (Ethis, 2006, p. 51).

Dans l'analyse de la troisième épaisseur de la temporalité, Ethis précise les différents niveaux de temps et l'écart entre le temps géré et pensé par le créateur de l'objet filmique et celui du spectateur. Cette relation de différentes temporalités dans les objets filmiques montre que la durée propre de l'œuvre nouveau média et la durée vécue par le visiteur ne sont pas les mêmes, surtout dans le cadre du musée. Ethis a remarqué que « contrairement à une visite de musée où le visiteur auto-administre son temps, l'acte cinématographique impose la contrainte de sa temporalité au spectateur ». Ici la problématique surgit. Le cas des œuvres nouveaux médias se situe entre deux conditions de réception, car elles sont présentées au musée où le visiteur peut librement gérer son temps de visionnement mais ce sont aussi des œuvres qui partagent leurs caractéristiques avec les films du cinéma et qui imposent fortement leur contrainte de temporalité.

En tous les cas nous pouvons supposer que ce ne sera pas la même gestion du temps que celle des médias dans la vie quotidienne, car le contexte de visionnement des œuvres n'étant pas le même. Cette ressemblance avec les médias du quotidien peut perturber la gestion du temps dans le cadre de l'exposition, qui est un « ailleurs », une « hétérotopie », qui est un lieu de l'utopie localisé par rapport à notre quotidien. Avec les œuvres nouveaux médias nous nous confrontons à une situation qui nous conduit au « zapping ». Ce mode de visionnement ressemble à celui qui advient à la maison, dans le quotidien, mais cependant différent, car le visiteur doit se déplacer physiquement pour zapper d'une œuvre à l'autre.

[...] Comment rester debout dans un espace ouvert face à la projection d'une mono bande d'une demi-heure (sans que le spectateur ne soit informé de cette durée), qu'il faut voir en entier pour en saisir le sens ? Faut-il imaginer des salles de projection pour la vidéo dans les musées et centres d'art ? Ou bien des salons —télé confortables? (Parfait, 2001, p. 170).

Ce genre de remarque sur la particularité de présentation des œuvres nouveaux médias est apparu assez vite par rapport à la naissance de cet art. Michel Compton a également précisé la raison pour laquelle la biennale de Paris a dû créer un certain nombre de conditions pour accueillir les œuvres vidéographiques au sein de la manifestation.

Elles [les vidéos] doivent être passées à des heures données et ne peuvent être convenablement visionnées que par des spectateurs assistant au passage intégral de la bande, ce qui peut durer entre quelques minutes ou quelques heures, alors qu'on n'accorde généralement que quelques secondes à un tableau, à une sculpture, ou à une photographie, ou bien encore à la façade d'un édifice. (Compton, 1977, p. 52-54).

Même si nous ne pouvons pas généraliser le temps du regard porté sur un tableau comme étant systématiquement limité à quelques secondes, ainsi que l'a écrit Compton, la condition de visite imposée par le cadre de l'exposition nous permet de supposer la durée d'arrêt sur une œuvre immobile comme un tableau ou une photographie. Cela devient plus complexe avec les œuvres nouveaux médias, car comme nous l'avons examiné dans la première partie, il y a plusieurs couches de temporalité dans les œuvres nouveaux médias. Bien que le visiteur ait un contrôle au niveau de son temps de visionnement d'une œuvre immobile en termes d'image, du type tableau ou sculpture, il s'agit, avec les œuvres nouveaux médias d'une négociation entre le temps proposé par l'artiste et sa décision en tant que visiteur établie selon ce qu'est sa condition de visite, ceci en termes de temps disponible, de choix de se consacrer à ces œuvres, d'intérêt suscité par celles-ci.

Cela rejoint l'analyse de Groys (2001) sur la condition de la réception temporelle des œuvres en image en mouvement ;

Avec l'admission de l'image en mouvement dans le musée la situation a radicalement changé. Les images animées ont commencé à imposer au spectateur le temps qu'il devrait passer à la contemplation, le privant de son autonomie habituelle. [...] Si au cours d'une visite de musée, nous interrompons la contemplation de certaines vidéos ou d'un film afin de revenir à un point antérieur, nous serons inévitablement remplis de ce même sentiment d'avoir manqué quelque chose d'essentiel et nous ne serons plus certains de ce qui se passe réellement.¹⁵ (Groys, 2001)

¹⁵ With the admission of moving pictures into the museum the situation has drastically altered. Moving pictures have begun to dictate to the viewer how much time he should spend on contemplation, robbing him of his accustomed autonomy. [...] If during a museum visit we interrupt out contemplation of some video or film work in order to return to it at a later point, we will inevitably be filled with that very same feeling of having missed something crucial and will no longer be sure what is really happening in the installation.

Groys a ainsi souligné que cette condition de réception de la temporalité des œuvres nouveaux médias, dans une exposition, rend partielle, donc incomplète la compréhension du visiteur. Dans une exposition où la pratique de visite est fondée sur la liberté de choix du visiteur quant aux objets à regarder, un visiteur « rencontre » une vidéo qui est en train de se dérouler. Ainsi, comme ce mot « rencontre » le laisse entendre, les visiteurs peuvent donc ne saisir ou regarder qu'une partie des œuvres nouveaux médias dans une exposition. En effet, cette rencontre avec l'œuvre laisse le visiteur, dans la plupart des cas, incertain, voire perdu dans le déroulement de l'œuvre sans savoir s'il s'agit du début ou du milieu ou encore de la fin d'une œuvre.

Cela pose une question sur la « bonne » réception ou sur une réception « optimale ». Cette situation est comparable au cas d'une œuvre littéraire ou d'une œuvre musicale : si nous écoutons une chanson qui dure cinq minutes pendant seulement trente secondes, est-ce que il peut être dit que cette œuvre est vraiment « écoutée » ou « reçue » ? Bien que nous puissions accéder couramment et de différentes manières à ces médias sans que cela pose problème dans la vie quotidienne, les conditions de réception des œuvres nouveaux médias dans l'exposition sont différentes et y accéder est plus complexe et difficile. Car, contrairement au livre ou au disque pour lesquels de multiples et successifs accès sont possibles, la visite d'une exposition est basée sur un principe de visite unique avec un billet d'entrée. C'est-à-dire, l'exposition situe, d'une part, ces œuvres nouveaux médias qui nécessitent à priori de multiples accès, comme la musique ou le livre, et d'autre part, dans une situation de spectacle (théâtre par exemple) qui propose une seule et unique expérience au spectateur. Ce à quoi peut s'ajouter pour le visiteur, une culpabilité de ne pas avoir « assez » regardé les œuvres, même si rien n'oblige de regarder une œuvre jusqu'à sa fin.

Pour résumer, ces éléments d'analyse concernant la temporalité du point de vue du spectateur confirment que la condition de réception des œuvres nouveaux médias place le visiteur dans une situation de spectacle avec le principe d'une expérience unique, alors que la réception de ces œuvres nécessite plutôt des accès répétés, comme cela peut se faire avec le livre ou le disque.

1.2. L'espace : dialectique de l'attention et de la distraction dans l'exposition

« [...] Ce qui est sûr néanmoins, c'est que la vue animée configure le spectateur selon l'expérience du temps. C'est pourquoi le film n'est plus un objet, mais un lieu, une expérience de l'inter-immédiateté. » (Albera, 2002, p. 329).

La spécificité de leur mise en espace (dans le cadre de l'exposition) est particulièrement importante pour les œuvres nouveaux médias, car avant d'être projetées sur un mur, elles ne sont qu'un ensemble physique de programmes numériques (ou analogiques) associés ou associables aux équipements technologiques nécessaires à leur monstration. Nous avons déjà vu que ce genre de séparation entre le contenu et le contenant n'existe pas avec les œuvres classiques. Les œuvres nouveaux médias sont des œuvres qui ont des identités multiples avec un statut en tant que dispositifs-images-patrimoines, alors que pour d'autres types d'œuvres leurs dispositifs-images-patrimoines cohabitent avec des supports identiques ou très proches¹⁶. Quand le contenu de la bande vidéo ou des fichiers numériques se « projette » dans l'espace physique de l'exposition, en tant qu'images mobiles ou immobiles, accompagnées du son ou pas, l'œuvre s'inscrit dans une durée et en un lieu de rencontre avec les spectateurs. Ainsi le visiteur de l'exposition, avec les œuvres nouveaux médias, se confronte à un déploiement non seulement temporel, mais aussi spatial.

Cette libre gestion du temps est spécifique au cas des œuvres nouveaux médias au musée, elle est due non seulement à leur nature temporelle mais aussi à la libre mobilité des spectateurs dans l'espace de l'exposition. Contrairement à ce qui a lieu dans une salle de cinéma qui oblige le spectateur à rester assis, donc immobile, dans la salle d'exposition le spectateur déambule librement dans l'espace, devient un « visiteur », au lieu d'être « en proie à un véritable 'devenir-film' » (Albera, 2002, p. 327) dans un siège au cinéma.

¹⁶ Par exemple, avec *La Joconde*, nous pouvons saisir ses dispositifs (médiums : toile, peinture à l'huile...), images (ce qui est représenté ou exprimé sur le support : un portrait d'une femme, paysage...), patrimoine (objet dont la valeur est justifiée par l'ensemble des éléments précédents et le travail des scientifiques) sur un support, alors qu'avec une installation nouveau média, il y a une partie qui est le dispositif de projection (soit caché soit exposé), une partie qui est l'image projetée soit sur un support d'écran cinématographique soit sur le mur blanc. L'ensemble de ces deux parties jouit d'un statut de patrimoine artistique collectionné au sein du musée.

[...] La spatialité marquée des modes de présentation du film et de la vidéo dans l'espace de l'art, d'autre part, et surtout, le mouvement du spectateur à travers un espace de galerie, sape la fausse absolutisation de temps à laquelle le cinéma est sujette. En outre, il met en évidence la caractéristique construite – plutôt que reçue – de la continuité temporelle.¹⁷ (Osborne, 2004, p. 72)

Ainsi l'exposition propose des espaces spécifiques pour œuvres nouveaux médias, ils diffèrent de ceux de la salle de cinéma. L'analyse des caractéristiques de ces œuvres a confirmé que les éléments spatiaux font partie de l'œuvre nouveau média. Par exemple, l'obscurité relative ou totale est un élément de configuration spatiale, qui est nécessaire à la visibilité de ces œuvres, et ceci participe à la création d'une condition de réception. Pourtant dans le cadre muséal, notamment de l'exposition, la création de l'obscurité n'est pas effectuée, comme dans une salle de cinéma, avec des conditions imposées par défaut : pénombre ou quasi-noir, grand écran central, sièges alignés, horaires précis de la projection, etc., qui optimisent un visionnement approprié au film (Osborne, 2004).

Cette obscurité particulière a été observée dans l'analyse de la configuration spatiale des œuvres nouveaux médias dans l'exposition : nous avons vu que les différents degrés d'obscurité sont mis en œuvre pour rendre visibles les œuvres nouveaux médias dans une exposition. Chrissy Iles (2001) du WMAA évoque l'obscurité faible, pour les œuvres nouveaux médias, dans une exposition, comme facteur qui crée une condition particulière de réception par rapport à celle d'une salle de cinéma.

[...] Contrairement à l'hypnose provoquée par le pas-obscurité du cinéma, dans lequel l'écran lumineux unique saisit nos esprits dans sa prise de distraction, la galerie faiblement éclairée engage le spectateur dans un état d'éveil de la perception. Dans l'espace faiblement éclairé, nous sommes invités à regarder non seulement l'écran, mais au-delà, sur les murs, sur lequel il est projeté, et les relations établies entre une image et la suivante.¹⁸ (Iles, 2001, p. 35-36)

¹⁷ “[...] The marked spatiality of the modes of display of film and video in art space, on the other hand, and crucially, the movement of the viewer through gallery space, undercuts the false absolutisation of time to which cinema is prone. Furthermore, it highlights the constructed – rather than received – character of temporal continuity.”

¹⁸ “In contrast to the hypnosis induced by the pitch-blackness of the cinema, within which the single bright screen seizes our minds in its distracting grip, the dimly lit gallery engages the viewer in a wakeful state of perception. In the dimly lit space, we are invited to look not merely at the screen, but beyond it, to the walls onto which it is projected, and to the relationships set up between one image and the next.”

En ce qui concerne l'obscurité, il est intéressant de remarquer qu'il y eut des efforts pour préserver ces conditions et résister en quelque sorte aux changements introduits par le cinéma des années 60, notamment avec le « cinéma élargi [expanded cinema] », changements qui conduisaient à exploiter d'autres lieux et manière de diffusion des œuvres, cependant que la vidéo s'installait comme nouveau médium dans l'art. Certains artistes du cinéma refusaient catégoriquement le « white cube ». Par exemple, Peter Kubelka a conçu l'« Invisible Cinema » en 1970, une salle de cinéma peu banale où tout était peint en noir ou revêtu de velours noir avec des sièges conçus afin d'éliminer la distraction causée par l'interaction entre les spectateurs (Fig.IV-2, 3). Selon Stan Brakhage, les spectateurs avaient vraiment l'impression de flotter dans un espace noir, une sorte de boîte noire, d'une totale immersion dans le noir, rien n'étant visible sauf l'écran¹⁹ ; donc ici il s'agit d'une condition pensée pour la contemplation immersive pure et dure (Leighton, 2008, p. 8).

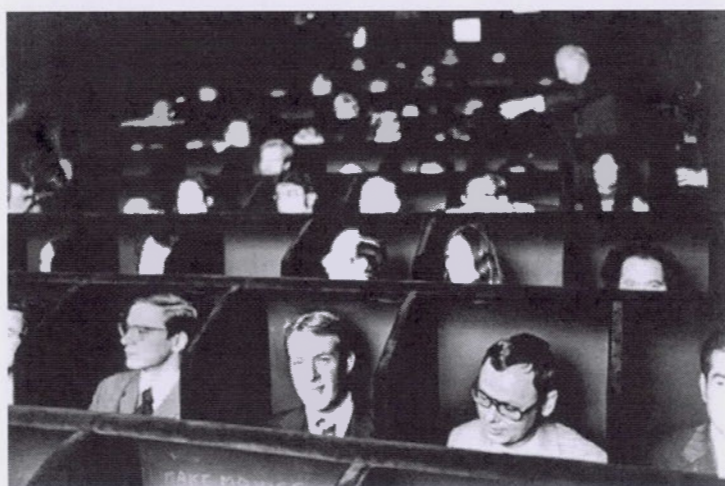


Fig. IV-2, IV-3 : *Invisible cinema*, 1970.

Considérant ce conditionnement spatial de l'« Invisible cinema », nous constatons plus clairement qu'il y a d'autres facteurs qui influencent la réception des œuvres nouveaux médias dans une exposition. D'abord la proposition est souvent multiple, c'est-à-dire il peut y avoir plusieurs œuvres nouveaux médias dans une exposition, tandis que le

¹⁹«[...] people really had a sense of drifting in a black space, a black box, and black ahead of you, nothing visible except the screen'.

cinéma ne propose normalement qu'un film à voir dans une salle de projection. Mais avec les œuvres nouveaux médias nous ne pouvons pas négliger que les textes de différents niveaux, les spectateurs qui attendent leur tour de visionnement (parfois l'espace d'accueil est limité), le bruit causé par la présence du public, les regards croisés des spectateurs, tout cela joue dans la construction de l'espace, physique et symbolique, de l'exposition (Osborne, 2004, p. 68).

En prenant appui sur ces facteurs qui sont particuliers à l'exposition, Osborne (2004) développe une dialectique de la distraction et de l'attention concernant la réception des œuvres nouveaux médias dans une exposition, ceci en se basant sur la recherche de Benjamin sur le cinéma. Benjamin a noté que la perception du cinéma se fait dans un état de distraction tandis qu'un tableau invite les spectateurs à une contemplation concentrée.

[...] Que l'on compare l'écran sur lequel se déroule le film à la toile sur laquelle se trouve le tableau. Cette dernière invite le spectateur à la contemplation ; devant elle, il peut s'abandonner à ses associations d'idées. Rien de tel devant les prises de vues du film. A peine son œil les a-t-il saisies qu'elles se sont déjà métamorphosées. Impossible de les fixer. » (Benjamin, 2000, p. 309).

En rappelant que le terrain pratique de cette réception « distraite » migre du cinéma à la télévision, de la télévision à l'écran de l'ordinateur, Osborne commente son argument avec une hypothèse volontairement ambiguë; « L'art distrait et il est reçu dans un état de distraction. »²⁰. Il insiste d'abord sur l'ambiguïté de la notion de « distraction » en tant que processus de réception de l'art :

[...] Le double sens du mot allemand *Zerstreuung* est exemplaire quant à saisir l'ambiguïté de ce processus, car il peut désigner à la fois le phénomène psychologique de la dispersion ou de la dissipation de la perception et le principal objet social de l'attention détournée: le divertissement. L'art a un rôle particulier dans ce processus, non pas simplement comme une « mesure » de notre capacité à effectuer de nouvelles tâches dans l'aperception, combinant l'attention et la distraction de façon complexe, mais, surtout, comme un lieu de réflexion sur leurs

²⁰ "Art distracts and art is received in distraction."

signification et possibilités – l'objet d'un « examen distrait ». »²¹(Osborne, 2004 : 68).

Ainsi Osborne a souligné deux sortes de distractions : d'une part celle au sens de divertissement, que la visite de l'exposition de l'art place dans une pratique culturelle de consommation ; et de l'autre, celle opposée à l'attention. La réflexion sur ce double usage du sens de la distraction nous conduit à constater que vis-à-vis des œuvres nouveaux médias dans une exposition, un visiteur est confronté à une situation qui demande à la fois distraction et attention, et par conséquent que le temps de réception de ces œuvres doit être examiné compte tenu des interactions spatiales.

[...] Et la temporalité de la réception sera produite par la temporalité de l'œuvre et les autres temporalités en jeu dans le territoire du spectateur - temporalités qui sont les articulations incorporées dans des relations spatiales. Chaque œuvre crée son propre temps, par rapport à son espace, et par rapport à d'autres moments ; mais elle ne peut réussir à le faire qu'en prenant en compte à l'avance les conditions spatio-temporelles - la dialectique de l'attention et la distraction - caractéristiques dominantes à sa réception.²²(Osborne, 2004, p. 72)

Ainsi nous constatons que la prise en compte de la spatio-temporalité des œuvres nouveaux médias est essentielle lors d'une analyse de leur réception par les spectateurs. Dans le contexte de cette analyse de l'espace, il est donc important d'étudier le comportement spatio-temporel du visiteur vis-à-vis ces œuvres, qui sera un élément permettant de mieux comprendre le processus d'appropriation des œuvres nouveaux médias dans l'exposition. Autrement dit comment le visiteur balance entre la situation de distraction et celle d'attention dans un espace d'exposition.

²¹ « [...] The double meaning of the German word *Zerstreuung* is exemplary in catching the ambiguity of this process, since it can refer to both the psychological phenomenon of the dispersion or scattering of perception and the principal social object of diverted attention: entertainment. Art has a distinctive role in this process, not merely as a 'measure' of our capacity to perform new tasks of apperception, combining attention and distraction in complex ways, but, critically, as a site of reflection upon their meanings and possibilities – the object of a 'distracted examination'. »

²² And the temporality of reception will be a product of this temporality of the work and the other temporalities at play in the field of the viewer – temporalities that are embodied articulations of spatial relations. Each work makes its own time, in relation to its space, and hence to other times; but it can only succeed in doing so by taking into account in advance the spatio-temporal conditions – the dialectic of attention and distraction – characteristic of its prevailing reception.

1.3. Le récit : entre un discours artistique et un discours médiatique

Avant d'aborder la problématique de la réception des œuvres nouveaux médias dans son récit, rappelons certains points, soulignés dans la première partie, concernant la particularité discursive des œuvres nouveaux médias. Dès lors que la vidéo a bouleversé la modalité classique de raconter une histoire, les artistes ont développé, avec les nouveaux médias, une nouvelle forme de narration et de langage dans leur création artistique, sous forme d'une expression visuelle ou/et sous forme d'un message médiatique.

Quand nous parlons du langage des œuvres nouveaux médias, il est nécessaire de distinguer deux significations du terme : le langage dans le sens manière de raconter une histoire ou de déployer un message, et celui dans le sens littéral, c'est-à-dire en tant qu'éléments d'écriture de textes et de propos d'artistes. En liaison avec le premier sens, nous avons déjà constaté que les artistes ne se servent pas toujours du langage standard employé dans les médias du quotidien et de masse. Ils le détournent volontiers, parfois à partir d'un point de vue critique sur les médias. Le déroulement narratif développé avec l'industrie du cinéma hollywoodien est basé, pour simplifier, sur une logique linéaire, c'est-à-dire avec un début et une fin, une cause et une raison.

Ce genre d'éléments narratifs qui constituent la cohérence d'une « histoire » est souvent absent des œuvres nouveaux médias. Revoyons *Stamping in the studio* (1968), une œuvre de Bruce Nauman, citée dans la première partie, où l'artiste ne filmait rien d'autre que lui-même marchant à l'envers pendant une heure, comme s'il marchait au plafond. Ou encore une autre œuvre, *Where do we go from here ?* (1996) d'Ugo Rondinone, également citée dans la première partie, qui montre un clown qui dort durant des heures, sans bouger. Même si le public regarde ces œuvres dans leur intégralité il est peu probable qu'il puisse en saisir le sens à partir d'une quelconque logique narrative à laquelle il est habitué.

Avec certaines œuvres nouveaux médias, la durée doit être comprise comme un déroulement d'images dans le temps – une expérience vécue du temps – davantage que comme une narration construite selon une logique propre au cinéma traditionnel. A priori une œuvre nouveau média n'est pas un produit commercial contraint par la dimension

propre aux médias ordinaires (Rush, 2005, p. 87). Ainsi les œuvres nouveaux médias utilisent un langage narratif bien différent de celui des médias quotidiens.

Mais malgré cette différence discursive par rapport aux médias du quotidien, elles n'hésitent pas à leur emprunter et à s'appropriier certains de leurs procédés. De la même manière que pour les interfaces des médias quotidiens, le côté communicationnel est renforcé dans ces œuvres. De ce fait, les œuvres nouveaux médias ne sont pas toujours facilement identifiables par rapport aux médias du quotidien. Dans les œuvres nouveaux médias, l'intérêt est très fort pour la langue parlée ordinaire ou pour la prise de parole du sujet filmé ou du narrateur, qui véhiculent un message de l'artiste d'une manière directe. Cependant le rôle et la place du texte dans l'image peuvent prendre de l'importance, en tant qu'élément esthétique autant que signifiant.

Nous pouvons ainsi constater cette présence de textes inclus dans le support vidéo, soit sous forme visuelle (les textes projetés des œuvres de Jenny Holzer ou les textes sur un site Internet dans des œuvres de Young-Hae Chang Heavy Industries), soit sous forme sonore (les paroles du discours dans les œuvres d'Andrea Fraser). Ici il ne s'agit pas de lettres utilisées uniquement comme éléments plastiques, mais aussi comme un véhicule du récit artistique. Donc dans certaines œuvres les textes occupent une place importante ou même tout l'espace de l'écran, à l'exclusion de quoi que ce soit d'autre; les lettres ont donc non seulement une valeur esthétique mais aussi « médiatique » dans le sens où elles contribuent à faire passer directement un message. Or, cette présence du texte, énigmatique, slogan, poétique, habitait notamment certains aspects de l'art conceptuel.



Jenny Holzer (Fig. IV-4)



Young Hae Chang Heavy Industry (Fig. IV-5)



Andrea Fraser (Fig. IV-6)

Exemples d'œuvres avec les textes

Un autre problème de la réception que nous pouvons rencontrer avec la présence du texte, est lié à la capacité de maîtrise de la langue. En effet, une partie du public peut avoir une difficulté de décodage d'un récit ou d'un message de l'œuvre : non seulement dans des cas relativement rares comme celui d'analphabètes ou de non-voyants, mais aussi dans le cas, beaucoup plus fréquent, de personnes qui ne maîtrisent pas la langue utilisée dans l'œuvre.

Quand, dans le cas le plus fréquent, les œuvres nouveaux médias se trouvent dans un musée, cette situation de réception devient plus complexe. En dehors de cette question d'identification due à la proximité avec les médias du quotidien, ces œuvres rencontrent un autre problème d'identification statuaire par rapport aux médias en tant qu'outils de médiation de l'art, aujourd'hui très présents dans un musée. Il peut s'agir, par exemple, avec ces derniers, d'une vidéo documentaire sur la vie d'un artiste, du plan interactif d'un projet d'architecture, ou même d'un simple audio-guide I-Pod destiné à accompagner la visite d'une exposition. Au contraire, il se trouve qu'une œuvre audiovisuelle peut quelquefois être confondue avec un outil de médiation : l'exemple d'une installation nouveaux médias où le gardien d'accueil devait expliquer sans cesse qu'il ne s'agissait pas d'un audio-guide mais d'un équipement faisant partie de l'œuvre même illustre bien ce problème du statut des médias dans le musée.

Une autre situation des œuvres nouveaux médias dans une exposition pouvant générer un problème est que l'exposition est par nature un lieu de choix où le comportement de « zapping » est à la fois normal et inévitable. Ce comportement existe depuis toujours chez les visiteurs pour les œuvres classiques, et il serait certes intéressant

de comparer ce comportement à celui du « zapping » vis-à-vis des œuvres nouveaux médias. Nous savons également que ce terme de « zapping » vient du domaine des médias de l'information et de la communication. Avec le zapping, il s'agit d'un des comportements en rapport avec la dimension subjective de l'appropriation des médias, c'est-à-dire « aller d'une information à l'autre pour en évaluer les potentialités ». Contrairement à ce qui se passe dans le contexte d'une salle de cinéma, nous avons la possibilité de zapper avec une radio, un téléviseur ou sur Internet. Ensuite il s'agit de « filtrer » pour « garder le contact sans en devenir l'esclave ». Cela pour « préserver l'authenticité et une certaine qualité humaine dans les échanges médiatisés » (Rieffel, 2005, p. 195).

Ce mode habituel d'écoute des médias, développé avec l'invention du magnétoscope et de la télécommande est adopté pour des études sur le comportement des visiteurs d'une exposition, comme par exemple celle réalisée par Véron et Levasseur (Verón *et al.*, 1989). Le zapping conduit, en effet, à une réception partielle et parcellaire de l'œuvre dans une exposition et peut générer une réception potentiellement insuffisante par le visiteur, notamment dans le cas des œuvres nouveaux médias qui sont basées sur la durée.

Or, tout ce qui est examiné en tant que problématiques de réception des œuvres nouveaux médias dans leur discours diffère par rapport aux œuvres classiques comme une peinture ou une sculpture. Tandis que dans les œuvres traditionnelles les éléments qui véhiculent le récit de l'œuvre sont majoritairement des images figées, les œuvres nouveaux médias conjuguent en un même temps des éléments de différentes natures, comme l'image en mouvement, le son, la parole, la lumière, ou même l'ambiance, qui sont des éléments propres aux médias du quotidien. Cela peut placer le visiteur dans une situation floue où s'interpénètrent le langage artistique et le langage médiatique, qui n'impliquent pas le même horizon d'attente.

Enfin nous constatons qu'un visiteur peut rencontrer un problème de décodage devant une œuvre nouveau média dans une exposition et qu'il aurait besoin d'une médiation tertiaire muséale. Pourtant cela n'est pas si évident : les conditions matérielles pragmatiques particulières, propres aux œuvres nouveaux médias, font que la médiation

tertiaire ne peut se dérouler comme avec d'autres types d'œuvres dans l'exposition. Leurs particularités au niveau du temps, de l'espace et du discours étant les trois facteurs qui créent ces conditions. Etant constituées à la fois par des images en mouvement et le plus souvent par également du son, la condition de réception des œuvres nouveaux médias est souvent problématique. Donc l'intervention d'un médiateur pour ces œuvres s'avère assez compliquée. Sylvie Pelletier, responsable de visite au MACM s'est exprimée à ce sujet :

« [...], ça va être du style 'difficile de discuter à l'intérieur'. Donc le moins qu'on fait en médiation quand les conditions d'écoute ne sont pas possibles en groupe, parfois même ça va être une question d'espace, ça va être une installation vidéo et l'espace va être fait pour quatre-cinq personnes qui écoutent, ou bien des écouteurs et il y a trois écouteurs et dans ces cas-là, où on peut vraiment rien faire, [...] on va jouer un rôle purement informatif. Dire 'c'est tel artiste', 'ça parle de ça...', 'ça dure tant de temps'. Ça, c'est le moins qu'on fasse. » (Annexe XI. Entretien avec Sylvie Pelletier, 2010, Tome II, p. 112).

Ainsi, il y aurait une superposition des discours quand nous appliquons une médiation tertiaire pour ces œuvres, surtout en situation de visite. Le propos de Pelletier est significatif pour ce problème de médiation tertiaire.

« [...] la condition la plus idéale c'est quand l'œuvre, on va pouvoir parler à l'intérieur, si par exemple le son est moins fort, des fois ça va nous arriver de parler devant l'œuvre et de pouvoir pointer des choses comme en temps réel. »

« [...] des fois, techniquement ce n'est pas faisable parce que le son est trop fort, il faudrait crier par-dessus. Mais même quand c'est faisable, je dois avouer que j'ai un problème avec ça. C'est un peu comme une contamination, car tu entres dans l'un des éléments de l'œuvre. Comme une peinture où on ne touche pas...et une œuvre sonore on parle par-dessus [...]. Ici c'est comme si on touche l'œuvre quand on parle par-dessus le son, c'est comme si tu intervies dans l'œuvre. En même temps quand on ressort pour discuter, il y a une perte car on n'est plus devant. » (Annexe XI. Entretien avec Sylvie Pelletier, 2010, Tome II, p. 113)

Enfin la modalité d'existence et la condition spatio-temporelle élaborées autour d'une œuvre nouveau média dans l'exposition deviennent une condition particulière de réception du message de l'œuvre même. Etant elle-même un des dispositifs du parcours du sens parmi d'autres formes comme une médiathèque ou un cycle de projection,

l'exposition est à la fois un lieu hors quotidien, mais aussi un lieu qui rappelle certaines pratiques des médias dans le quotidien. Les éléments para textuels que nous pouvons observer comme étant des dispositifs de construction et différents niveaux de texte peuvent influencer à la fois la réception et la lecture de l'œuvre par le visiteur. Pour les artistes-auteurs ils peuvent devenir des éléments pouvant provoquer des effets pervers dans la réception.

En résumé, l'analyse des caractéristiques des œuvres nouveaux médias du point de vue du visiteur a permis de révéler certaines problématiques de la réception au niveau du temps, de l'espace et du récit. Nous avons observé la nature de la temporalité des œuvres nouveaux médias dans une exposition. Ces œuvres se situent partiellement dans une configuration proche de celle d'un « spectacle » comme au théâtre ou au concert, lequel offre une expérience « unique » au spectateur, avec une vision de sa totalité en un temps défini. Le problème avec l'exposition est que, malgré ce point commun avec le spectacle de théâtre, consistant à mettre « en scène » des œuvres, la pluralité et la diversité des œuvres présentes dans une exposition ne permet pas au visiteur de jouir d'une expérience unique calée en un seul lieu et en un seul temps. Cette particularité qu'est la libre mise à disposition de la temporalité des œuvres nouveaux médias est liée à une mise en espace des œuvres qui invite également le visiteur à une libre déambulation, ce qui crée une situation ambiguë où distraction et attention vont de pair. Enfin, le visiteur est confronté à des œuvres qui empruntent leur langage et des éléments d'écriture propres à la fois à l'art et aux médias du quotidien, ce qui contribue à rendre sa réception problématique.

2. Etude de l'appropriation des œuvres nouveaux médias par le visiteur

: méthodologie

Autour de problématiques de réception repérées dans la dernière section, cette section vise à établir une méthodologie d'étude sémio-pragmatique qui permettra de comprendre comment le visiteur s'approprie les œuvres nouveaux médias « médiées » dans une exposition.

2.1. Cadre, question, hypothèse et méthodologie d'études

L'« exposition » est choisie en tant qu'objet empirique d'étude, étant l'une des possibles situations de communication des œuvres nouveaux médias dans le contexte muséal. A travers l'examen de caractéristiques propres aux œuvres nouveaux médias et des particularités qu'elles rencontrent dans le contexte muséal pour y être reçues et exposées (médiation primaire et secondaire), nous arrivons à formuler une hypothèse selon laquelle les visiteurs adopteraient des comportements spécifiques vis à vis des œuvres nouveaux médias présentées dans un musée, surtout au niveau de la gestion de la temporalité du visionnement. Or, cette hypothèse est « une hypothèse dont on ne cherche pas à savoir si elle est vraie ou fausse, mais qu'on adopte seulement à titre provisoire comme idée directrice dans la recherche des faits » (Odin, 2011, p. 19), ainsi que Roger Odin (2011) a expliqué la nature du modèle sémio-pragmatique de recherche.

En termes pragmatiques, nous utilisons l'observation et l'entretien comme outils pour aller vers une réponse à la question de recherche. Cette méthode pragmatique de l'observation a déjà été appliquée lors de notre analyse spatiale de l'exposition comme objet empirique de recherche. L'observation servira, dans cette étude d'appropriation par le visiteur, d'une part d'outil pour approcher à la question de la temporalité « reçue » ou « vécue » par le visiteur ; et de l'autre, comme outil pour repérer un comportement particulier, s'il y en a, du visiteur face aux œuvres nouveaux médias dans une exposition.

Notre intention est d'une part, de dégager certains éléments significatifs qui permettront de mieux comprendre la situation de réception et d'autre part, de contribuer, éventuellement, à envisager quelques solutions pragmatiques de médiation tertiaire. Les données quantitatives, comme la mesure du temps, le traçage du parcours ou le nombre d'arrêts ne constituent pas un but en soi, mais cela permet de pointer et d'identifier un certain nombre d'éléments concernant l'appropriation des œuvres nouveaux médias par les visiteurs. L'analyse de synthèse du résultat de l'observation et de l'entretien qui s'ensuit permettra de mieux comprendre la raison de la particularité comportementale ou les modalités de l'appropriation.

Dans cette étude sur l'appropriation du visiteur, le temps consacré à une œuvre se propose comme une mesure de l'attention portée à l'œuvre. Mais il ne s'agit pas ici de considérer la durée consacrée à une œuvre comme une donnée qualitative permettant d'évaluer sa réception. Depuis que Robinson (1928) a inventé le terme « pouvoir de maintien (holding power)²³ », le temps d'arrêt devant une œuvre est utilisé, jusqu'à aujourd'hui, dans de nombreuses recherches sur les visiteurs des musées (Nielsen, 1946 ; Bechtel, 1967 ; Falk, 1982 ; Serrell, 1997, Passeron, 1999). Dans cette recherche, il s'agit non seulement de mesurer l'« attracting power »²⁴ et le « holding power » (Kool, 1986 ; Donald, 1991 ; Melton, 1996), reflété par le temps du visionnement, mais aussi de constater l'écart entre le temps réellement vécu par le visiteur et celui que l'artiste a proposé initialement (temps intégral de l'œuvre).

Nous sommes cependant conscients de l'ambiguïté et de la difficulté que représente le temps passé par le visiteur devant une œuvre comme étant un possible outil de recherche. Comme Passeron l'a remarqué, la définition de l'arrêt est quelque chose d'ambigu : « Le temps passé à contempler un tableau agglomère sans doute des plaisirs et des actes sémiotiques très différents, que sa longueur de l'arrêt ne suffit certainement pas à séparer. » (Passeron, 1999, p. 95). Pourtant il est vrai que nous ne pouvons pas nier si

²³ « Museum evaluators talk of holding power as the time a person remains stopped at an exhibit divided by the minimum time necessary to read and see an exhibit » (Donald, 1991, p.373)

²⁴ « [...] defined as the percentage of visitors who come to a complete stop and look at any part of an exhibit » (Peart, 1984; Donald, 1991, p.377)

facilement la relation entre l'acte de « paying attention » et le temps du regard (Serrell, 1997).

Nous rappelons également que lorsqu'on parle du temps vécu par les spectateurs, il s'agit du troisième niveau de temps selon les analyses d'Ethis (2006) et de Malcom Le Grice, cités dans la première partie (Rees, 2011). Mais il faut être conscient de la difficulté des définitions du temps d'arrêt devant une œuvre d'art, car ce n'est pas une notion aisément définissable (Passeron, 1999, p. 95). En effet c'est une mesure à la fois de « contrainte, besoin et valeur » (Falk, 1982, p. 10). Dans cette recherche il ne s'agit pas, avec le temps d'arrêt, d'une mesure de quantification du temps qui permet une interprétation directe et auto-suffisante, mais d'un indicateur du pouvoir de l'œuvre (intérêt des spectateurs) (Passeron, 1999, p. 95). Même si les données sont quantifiées, il ne s'agit pas de focaliser sur le quantitatif. Il s'agit de, éventuellement, dégager une raison qualitative du comportement observé, cachée derrière cette quantité : pourquoi le visiteur quitte une œuvre filmique sans la visionner totalement dans une exposition ? Est-ce que la cause en est la durée même de l'œuvre ? Enfin, quels sont les multiples facteurs qui déterminent l'abandon du visionnement par le visiteur ?

L'analyse de la problématique de la réception autour du temps, de l'espace et du récit a confirmé la question de l'appropriation temporelle et doit être examinée en parallèle avec la prise de conscience de la spatialité de l'exposition en tant que lieu délimité. Donc en prenant appui sur notre analyse de la configuration spatiale de l'exposition pour les œuvres nouveaux médias, nous allons approcher la question de la réception des œuvres nouveau médias dans une exposition, ceci en prenant appui sur la gestion de la temporalité par le visiteur comme étant une porte d'entrée. Ceci sera donc analysé en prenant en compte l'entretien qui pourra compléter la compréhension du comportement d'appropriation.

2.2. Observation des comportements du visiteur au MACM : étude préliminaire

Pour commencer, une observation des comportements du visiteur au MACM a été effectuée. Il s'agissait avant tout d'un travail préparatoire et préliminaire pour tester une

grille d'analyse élaborée afin de repérer, d'une part, la particularité du comportement vis-à-vis des œuvres nouveaux médias présentées dans une exposition, et de l'autre celle du comportement gestuel du visiteur dans l'espace conçu pour les œuvres nouveaux médias. Plus précisément, cette étude préliminaire a été conduite dans l'exposition « Point de vue sur la collection : Acte de présence »²⁵ (du 4 novembre 2010 au 27 mars 2011, 2^{ème} étage du musée). Autour d'une thématique sur les notions de geste, de prise de position et de mise en action, cette exposition rassemblait huit œuvres nouveaux médias et une vingtaine d'œuvres d'autres types, comme la photographie, le dessin, la sculpture, la gravure, etc (Fig.2. Plan de l'exposition « Acte de présence »).

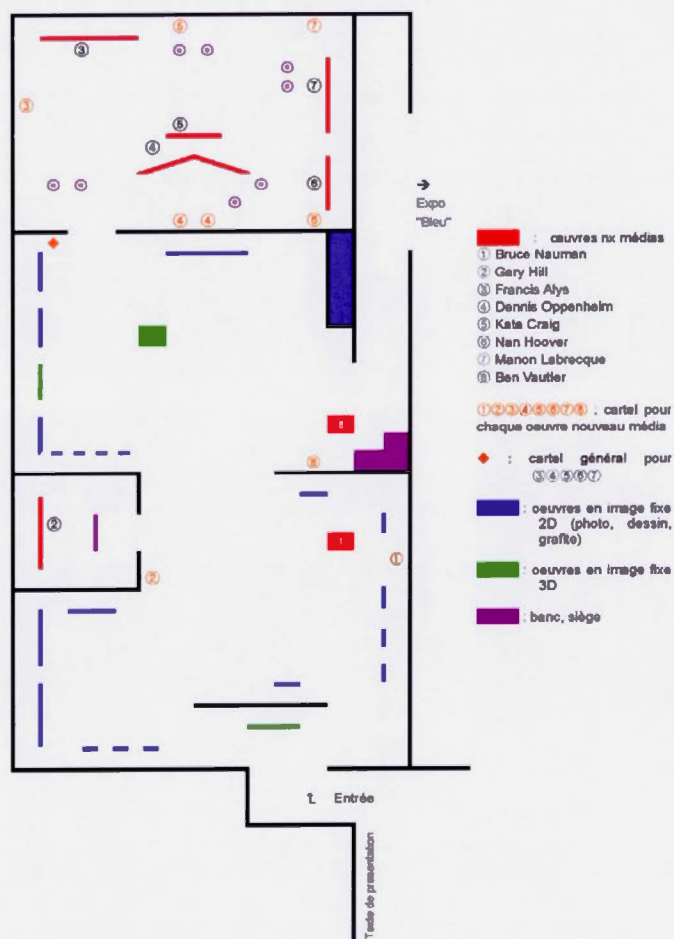


Fig. IV-7 : Plan de l'exposition « Point de vue sur la collection : Acte de présence » au MACM

²⁵ « Acte de présence » pour le reste.

Etant donné que le but premier de cette étude était de tester la validité d'une grille d'analyse d'observation, la dimension de l'exposition a été prise en compte pour son choix en tant qu'objet empirique d'étude. Comportant une trentaine d'œuvres présentées, cette exposition s'est révélée être un objet pertinent qui a permis une maîtrise et une mise en œuvre aisée de la méthode choisie, surtout par rapport à l'exposition « elles@centrepompidou », notre objet empirique majeur, qui pour sa part, rassemblait environ cinq cent œuvres de deux cents artistes sur huit mille mètre carrés, au Centre Pompidou²⁶.

L'observation a été effectuée en focalisant sur l'appropriation temporelle des œuvres nouveaux médias par le visiteur. Nous avons essayé de mesurer le temps consacré par le visiteur à chaque œuvre nouveau média ainsi qu'à ses éléments paratextuels. Bien que les mesures de l'« attracting power » et du « holding power » soient basées sur le temps de l'arrêt physique du visiteur, ici nous avons inclus le temps du regard et de l'attention porté sur l'œuvre elle-même en marchant, y compris le regard sur les éléments paratextuels tel un cartel d'information.

Notre intérêt s'est d'abord porté sur le pourcentage de temps consacré à telle œuvre nouveau média par rapport à sa propre durée. Nous avons mesuré non seulement le temps consacré aux œuvres nouveaux médias mais aussi la durée globale de la visite pour l'exposition entière, afin de connaître, proportionnellement, la durée consacrée aux œuvres nouveaux médias par rapport à celle consacrée à d'autres types d'œuvres.

Ensuite nous avons examiné le comportement gestuel dans l'espace : si le visiteur s'arrête ou pas, s'il s'assoit ou pas, s'il s'approche ou pas, s'il lit également le cartel ou pas, etc. Nous avons essayé de repérer s'il y avait des particularités dans la déambulation, la lecture du cartel, l'appropriation du dispositif étroitement lié à l'œuvre ou parfois en faisant partie (cf. casque audio, salle obscure, etc.). Le parcours de visite des œuvres nouveaux médias a été également observé : si le visiteur revient vers l'œuvre déjà regardée, notant cela comme un nouveau regard.

26 « Le Centre Pompidou glorifie les femmes au risque de les placer dans un ghetto », Le Monde, le 28 mai 2009, http://www.lemonde.fr/culture/article/2009/05/28/le-centre-pompidou-glorifie-les-femmes-au-risque-de-les-placer-dans-un-ghetto_1199173_3246.html : la dernière consultation le 18 juin 2014.

Au niveau pragmatique, l'observation a été effectuée ainsi : un visiteur a été repéré à l'entrée de l'exposition, c'est-à-dire sans recrutement préalable, et suivi dans son propre parcours de visite. La durée qu'il consacre à chaque œuvre nouveau média a été mesurée et son comportement vis à vis des œuvres nouveaux médias dans l'exposition a été noté. Pour ce travail, nous avons élaboré une grille d'observation empirique, qui nous permet de documenter les éléments observés d'une manière efficace et systématique. Lesquels éléments observés sont jugés essentiels pour analyser les comportements des visiteurs, notamment la durée du visionnement, la lecture du cartel, l'appropriation du dispositif, etc. (Fig.IV-8 : Grille d'observation)

| | | | | | |
|-------------------------|---|------------------------------------|----------------------------------|--------------------------------------|--|
| N° d'inventaire | V - | | | | |
| Date & moment | () / () / 2010 <input type="checkbox"/> matinée <input type="checkbox"/> après-midi <input type="checkbox"/> soir | | | | |
| Jour | <input type="checkbox"/> lun | <input type="checkbox"/> mar | <input type="checkbox"/> mer | <input type="checkbox"/> jeu | <input type="checkbox"/> ven <input type="checkbox"/> sam <input type="checkbox"/> dim |
| Sexe | <input type="checkbox"/> H <input type="checkbox"/> F | | | | |
| Age (estimé) | <input type="checkbox"/> 15 - 25 | <input type="checkbox"/> 25 - 35 | <input type="checkbox"/> 35 - 45 | <input type="checkbox"/> 45 - 55 | <input type="checkbox"/> + 55 |
| Forme de visite | <input type="checkbox"/> Seul | <input type="checkbox"/> En couple | <input type="checkbox"/> A deux | <input type="checkbox"/> A plusieurs | <input type="checkbox"/> En groupe |
| Durée de visite globale | () à () = () min | | | | |

| Œuvre | Ordre de visite | Temps consacré | Comportements observés | Lecture de cartels |
|--|-----------------|----------------|------------------------|--------------------|
| Esther Ferrer 5 mn 53 s | | | | Oui Non |
| Leticia Parente 3mn 30s | | | | Oui Non |
| Sanja Ivekovic 6 mn | | | | Oui Non |
| Valie Export 7 mn 10 s | | | | Oui Non |
| Natacha Nisic (Extrait de 67 mn) | | | | Oui Non |
| Maria Klonaris Katerina Thomadaki 47mn en boucle | | | | Oui Non |
| Carolee Schneeman 3m30s | | | | Oui Non |
| Ana Mendieta 6mn 20s | | | | Oui Non |
| Esther Ferrer 12mn 18s | | | | Oui Non |
| Babette Mangolte 7mn 55s | | | | Oui Non |
| Chris Haring & Mara Mattuschka 16mn 11s | | | | Oui Non |
| Lucy Gunning 8mn | | | | Oui Non |

Figure IV-8. Grille d'observation des comportements de visite dans l'exposition « Actes de présence » au MACM

L'observation s'est déroulée d'une manière discrète afin de ne pas influencer ni modifier le comportement habituel des visiteurs dans l'exposition. Au total, cinquante visiteurs, dont vingt cinq femmes et vingt cinq hommes²⁷, ont été suivis pour l'observation du 20 novembre au 20 décembre 2010.

2.3. Etude dans l'exposition « elles@centrepompidou »

2.3.1. Observation des comportements du visiteur

Compte tenu des informations et des expériences acquises dans l'étude préliminaire au MACM, une étude sur l'appropriation des œuvres nouveaux médias par le visiteur a été effectuée dans l'exposition « elles@centrepompidou ». Au niveau méthodologique, deux types d'outils de recherche ont été employés : l'observation et l'entretien. Le premier a été effectué afin de repérer les comportements spatio-temporels du visiteur qui sont particuliers aux œuvres nouveaux médias ; et le deuxième pour mieux comprendre la raison de la particularité de l'appropriation du visiteur dans son comportement observé.

Bien que ce soit une exposition d'œuvres appartenant à la collection permanente de l'institution concernée, comme c'était le cas avec l'exposition « Actes de présence » au MACM, il s'agit ici d'une exposition de dimensions beaucoup plus importantes que celle du MACM. Nous avons donc besoin de resserrer notre cible d'analyse. Ainsi avons-nous choisi trois espaces qui comportent une variété des typologies de configurations spatiales en usage pour les œuvres nouveaux médias. Ces configurations ont été identifiées lors de l'analyse de la configuration spatiale de la médiation secondaire pour les œuvres nouveaux médias, dans la troisième partie de la thèse : (1) Un espace ouvert sans dispositif (salle 11 « Corps slogan »—en avant) ; (2) Un espace semi-ouvert (ou semi-fermé) (salle 11 « Corps slogan »—au fond) ; (3) Un espace ouvert avec dispositif (salle 20 « Pratiques urbaines ») (Fig. IV-9. Les espaces choisis pour l'observation du visiteur dans l'exposition « elles »).

²⁷ Même si nous n'avons pas développé une hypothèse particulièrement liée au sexe du visiteur, dans tous les projets d'observation, nous avons essayé d'équilibrer la proportion des visiteurs hommes et femmes observés lors du repérage d'un observé.

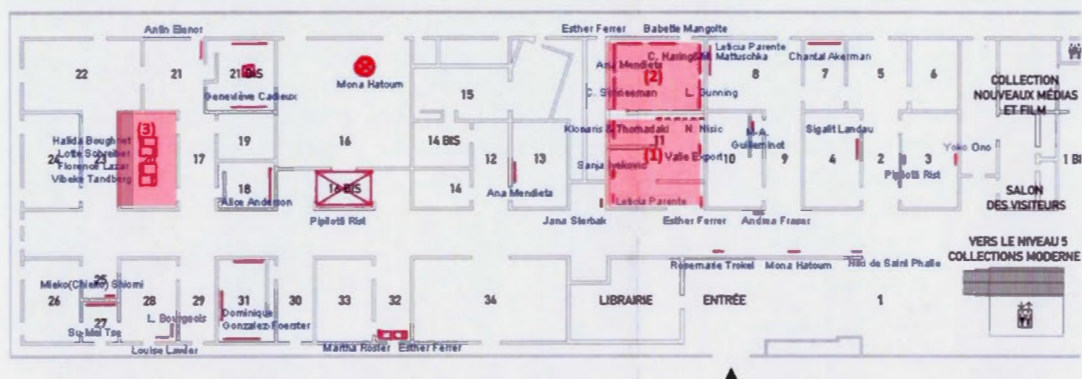


Fig. IV-9 : Les espaces choisis pour l'observation du visiteur dans l'exposition « elles »

L'observation a commencé par la salle 11. Cette salle est constituée de deux types d'espaces, en rapport avec notre analyse de la configuration spatiale pour les œuvres nouveaux médias dans l'exposition (analyse effectuée dans la troisième partie) : un espace ouvert où les œuvres nouveaux médias sont exposées comme d'autres types d'œuvres (la première typologie, la 3^e partie, (1) sur le plan de l'exposition) et un espace semi-ouvert (ou semi fermé) qui réunit des œuvres nouveaux médias isolées les unes des autres (une configuration spatiale qui se situe entre la troisième et la quatrième typologie, (2) sur le plan de l'exposition). Il s'agit d'une salle qui présente douze œuvres nouveaux médias: six dans l'espace avant, six dans l'espace arrière. Comme ces espaces s'enchaînaient physiquement, nous avons fait nos observations en continu dans ces deux espaces.

Dans un premier temps, la méthode et l'outil d'observation que nous avons développés pour l'étude au MACM ont été utilisés. Lors de l'observation préliminaire au MACM, nous avons constaté qu'il est nécessaire de séparer l'observation de la déambulation et les comportements d'un visiteur dans l'espace choisi, et la mesure de la durée du visionnement de chaque œuvre nouveau média. En effet, il nous était impossible de suivre toutes les opérations en même temps. Il y avait en effet au moins cinq actions à effectuer ; observer, noter, mesurer, suivre, être discrète. Donc nous avons décidé de séparer les tâches en deux : d'une part observer les comportements du visiteur, d'autre part mesurer le temps passé pour chaque œuvre nouveau média. Ainsi dans les espaces concernés (dans la salle 11), nous avons effectué deux types d'observations.

D'une part, nous avons effectué le même type d'observation qu'au MACM, concentré sur la mesure du temps d'attention consacré aux œuvres nouveaux médias (Observation I-a ; Fig IV-10) : les mêmes protocoles ont été respectés, comme le repérage aléatoire du visiteur, la discrétion, l'identification du regard porté à différentes œuvres nouveaux médias, etc. En tout, cinquante visiteurs, dont vingt trois femmes et vingt sept hommes, ont été suivis pour cette observation basée sur la mesure temporelle.

| | | | | | |
|-------------------------|--|------------------------------------|----------------------------------|--------------------------------------|---|
| N° d'inventaire | V - | | | | |
| Date & moment | () / () / 2011 | | <input type="checkbox"/> matinee | <input type="checkbox"/> après-midi | <input type="checkbox"/> soir |
| Jour | <input type="checkbox"/> lun | <input type="checkbox"/> mer | <input type="checkbox"/> jeu | <input type="checkbox"/> ven | <input type="checkbox"/> sam <input type="checkbox"/> dim |
| Sexe | <input type="checkbox"/> H <input type="checkbox"/> F | | | | |
| Age (estimé) | <input type="checkbox"/> 15 - 24 | <input type="checkbox"/> 25 - 34 | <input type="checkbox"/> 35 - 44 | <input type="checkbox"/> 45 - 54 | <input type="checkbox"/> + 55 |
| Forme de visite | <input type="checkbox"/> Seul | <input type="checkbox"/> En couple | <input type="checkbox"/> A deux | <input type="checkbox"/> A plusieurs | <input type="checkbox"/> En groupe |
| Durée de visite globale | (h) à (h) = () min | | | | |
| Commentaires généraux | | | | | |

| Œuvre | Ordre de visite | Temps consacré | Comportements observés | Lecture de cartels |
|--|-----------------|----------------|------------------------|--------------------|
| Esther Ferrer 5 mn 53 s | | | | Oui Non |
| Leticia Parente 3mn 30s | | | | Oui Non |
| Sanja Ivekovic 6 mn | | | | Oui Non |
| Valie Export 7 mn 10 s | | | | Oui Non |
| Natacha Nisic (Extrait de 67mn) | | | | Oui Non |
| Maria Klonaris Katerina Thomadaki 47mn en boucle | | | | Oui Non |
| Carolee Schneeman 3m30s | | | | Oui Non |
| Ana Mendieta 6mn 20s | | | | Oui Non |
| Esther Ferrer 12mn 18s | | | | Oui Non |
| Babette Mangolte 7mn 55s | | | | Oui Non |
| Chris Haring & Mara Mattuschka 16mn 11s | | | | Oui Non |
| Lucy Gunning 8mn | | | | Oui Non |

Fig. IV-10 :
Grille d'analyse pour l'observation du temps d'arrêt devant les œuvres nouveaux médias : salle 11 « Corps slogan »

D'autre part, nous avons effectué une observation fondée sur les comportements de visite (Observation I-b ; Fig. IV-11). En suivant également les mêmes protocoles d'observation que lors de la précédente observation, nous nous sommes concentrés sur les comportements du visiteur vis-à-vis des œuvres nouveaux médias dans l'exposition : parcours, zapping, attention, déambulation, retour, prise de distance, regard jeté en passant, lecture du cartel, appropriation du dispositif d'accueil proposé, tel un siège, etc.

| Plan de Tracking : Salle 11 « Corps slogan » | |
|--|---|
| N° d'inventaire | V - |
| Date & moment | () / () / 2011 <input type="checkbox"/> matinée <input type="checkbox"/> après-midi <input type="checkbox"/> soir |
| Jour | <input type="checkbox"/> lun <input type="checkbox"/> mer <input type="checkbox"/> jeu <input type="checkbox"/> ven <input type="checkbox"/> sam <input type="checkbox"/> dim |
| Sexe | <input type="checkbox"/> H <input type="checkbox"/> F |
| Age | <input type="checkbox"/> 15 - 24 <input type="checkbox"/> 25 - 34 <input type="checkbox"/> 35 - 44 <input type="checkbox"/> 45 - 54 <input type="checkbox"/> + 55 |
| Forme de visite | <input type="checkbox"/> Seul <input type="checkbox"/> En couple <input type="checkbox"/> A deux <input type="checkbox"/> A plusieurs <input type="checkbox"/> En groupe |
| Durée de visite globale | (h) à (h) = () min |
| Commentaires généraux | |

- ① Esther Ferrer
5 m 53 s
- ② Leticia Parente
3m 30s
- ③ Sanja Ivekovic
6 m
- ④ Valie Export
7 m 10 s
- ⑤ Natacha Nisic
(Extrait de 67m)
- ⑥ Maria Klonaris &
Katerina Thomadaki
47m en boucle
- ⑦ Carolee Schneeman
3m30s
- ⑧ Ana Mendieta
6m 20s
- ⑨ Esther Ferrer
12m 18s
- ⑩ Babette Mangolte
7m 55s
- ⑪ Chris Haring &
Mara Mattuschka
16m 11s
- ⑫ Lucy Gunning
8m

Fig. IV-11 : Plan pour l'observation « Tracking » dans la salle 11 « Corps Slogan »

En référence à la méthode traditionnelle du « tracking », employée notamment dans la recherche de Véron et Levasseur (1989), nous avons tracé une ligne pour noter la

déambulation du visiteur : « × » pour un arrêt physique complet du visiteur, « ⊗ » pour un arrêt physique complet relativement long ou même assis, une flèche pour la direction du regard, etc. Nous avons essayé de noter, si possible, son comportement vis à vis des autres œuvres présentes dans l'espace, pour une éventuelle comparaison. En tout, soixante visiteurs, dont trente trois femmes et vingt sept hommes, ont été observés.

Par ailleurs, nous avons étudié un autre espace lié aux œuvres nouveaux médias : un espace ouvert avec dispositif (la 2^e typologie, (3) sur le plan de l'exposition dans la Fig. IV-9). Ici nous nous sommes concentrés sur les comportements d'appropriation du dispositif proposé par le musée, sans mesurer le temps consacré à chaque vidéo. Il s'agit d'une salle qui propose quatre vidéos dans une cabine équipée avec un moniteur, une sonorisation et un siège individuel. Il y avait également là d'autres types d'œuvres comme des photographies, des peintures, etc. Le même principe et protocole ont été également appliqués comme dans d'autres observations. Enfin, ces trois projets d'observation ont été conduits du 31 janvier au 13 février 2011. En tout, soixante visiteurs, dont trente quatre femmes et vingt six hommes, ont été observés pour ce projet. (Observation II ; Fig. IV-12).

| | |
|-------------------------|--|
| N° d'inventaire | V - |
| Date & moment | () / () / 2011 <input type="checkbox"/> matinee <input type="checkbox"/> après-midi <input type="checkbox"/> soir |
| Jour | <input type="checkbox"/> lun <input type="checkbox"/> mer <input type="checkbox"/> jeu <input type="checkbox"/> ven <input type="checkbox"/> sam <input type="checkbox"/> dim |
| Sexe | <input type="checkbox"/> H <input type="checkbox"/> F |
| Age | <input type="checkbox"/> 15 - 24 <input type="checkbox"/> 25 - 34 <input type="checkbox"/> 35 - 44 <input type="checkbox"/> 45 - 54 <input type="checkbox"/> + 55 |
| Forme de visite | <input type="checkbox"/> Seul <input type="checkbox"/> En couple <input type="checkbox"/> A deux <input type="checkbox"/> A plusieurs <input type="checkbox"/> En groupe |
| Durée de visite globale | (h) à (h) = () min |
| Commentaire | |



- ① Vibeke Tandberg (8mn en boucle)
② Florence Lazar (20mn) ③ Lotte Schreiber (10mn)
④ Halida Boughriet (6mn)

Fig.IV-12 : Grille d'observation des comportements du visiteur dans la salle 20 « Pratiques urbaines »

2.3.2. Entretien approfondi en visite accompagnée : une approche qualitative

Afin de mieux comprendre les comportements observés et d'obtenir des informations fines, les entretiens qualitatifs ont été effectués dans l'exposition « elles@centrepompidou ». La méthode d'entretien en situation de visite d'exposition a été choisie pour dégager les ressentis du visiteur en situation pragmatique. Pour ces entretiens individuels, nous avons recruté cinq personnes selon le principe de la « boule de neige ». Chaque entretien a duré entre une et deux heures selon la disponibilité de la personne concernée.

Au niveau pragmatique, l'entretien s'est déroulé selon les étapes suivantes : d'abord un bref entretien de pré-visite a eu lieu à l'entrée de l'exposition, au cours duquel ont été expliqués le but et le sujet de la recherche. Ensuite, nous avons visité quelques salles qui comportent des œuvres nouveaux médias présentant des typologies de configuration spatiale telles que nous les avons dégagées dans la troisième partie : une première œuvre à droite dans le couloir et celles des salles 11, 16 bis, 18, 20, 21 bis, 27. (Fig. IV-13. Les espaces choisis pour l'entretien approfondi en visite accompagnée). Donc le choix des œuvres nouveaux médias, qui ont été les sujets de conversation d'entretien, a été effectué en liaison avec la configuration spatiale, avec pour but de savoir s'il peut y avoir une différence d'appropriation par rapport à la typologie de disposition spatiale.

En prenant en compte sa place fondamentale dans les caractéristiques majeures des œuvres nouveaux médias, la temporalité a été définie comme un protocole ou une porte d'entrée à cet entretien. Avec le principe de la méthode « Thinking aloud », devant chaque œuvre, nous avons laissé chaque personne la regarder autant qu'elle le souhaitait, et expliquer pourquoi elle décidait de la quitter à tel moment. Ce moment et cette décision de quitter l'œuvre peuvent expliquer certains facteurs de l'appropriation de l'œuvre concernée.

MUSÉE NATIONAL D'ART MODERNE / NIVEAU 4

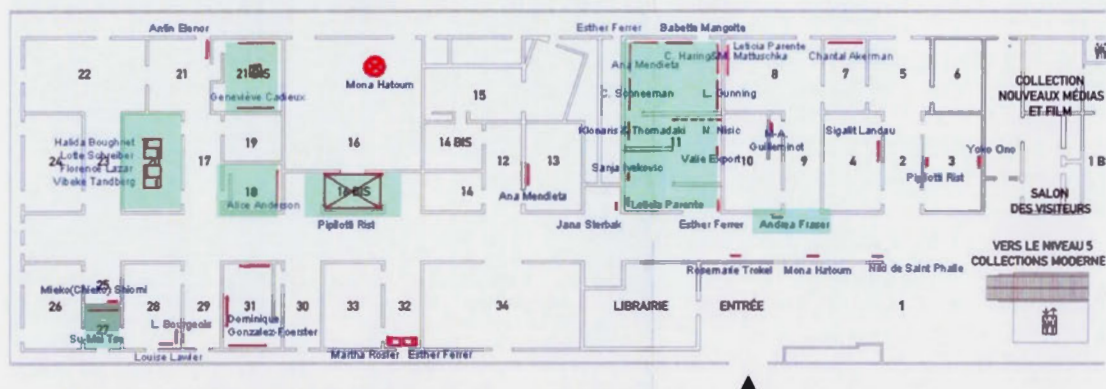


Fig. IV-13 : Les espaces choisis pour l'entretien approfondi en visite accompagnée

Il ne s'agissait pas de généraliser les propos des personnes interrogées comme relevant d'une vérité, mais plutôt de repérer des facteurs d'attraction et/ou de manque d'attraction des œuvres nouveaux médias dans l'exposition : ce que la personne en pense, ce qu'elle apprécie, ce qu'elle n'apprécie pas, ce qu'elle comprend, ce qui la bloque, etc.

| | Nombre de visiteurs « Acte de présence » (Femme/Homme) | Nombre de visiteurs « elles@centrepompidou » (Femme/Homme) | Mode de recrutement de visiteurs |
|----------------------|--|---|----------------------------------|
| Observation | 50 (25/25) | Observation I-a / temps consacré (salle 11) : 50 (20/23) Observation I-b / Tracking (salle 11) : 60 (33/27) Observation II / Tracking (salle 20) : 60 (34/26) | Aléatoire sur place |
| Entretien approfondi | — | 5 (3/2) | Recrutement préalable |

Tab. IV-1 : Nombre et mode de recrutement de visiteurs observés et interviewés

CHAPITRE 12.

Appropriation des œuvres nouveaux médias par le visiteur

Ce chapitre vise à présenter le résultat des études effectuées concernant l'appropriation des œuvres nouveaux médias dans une exposition et son analyse. L'analyse sera effectuée autour des trois éléments qui caractérisent les œuvres nouveaux médias dans leur médiation et leur réception ; temps, espace et récit. Sera d'abord présenté le résultat de l'analyse de l'étude du comportement concernant la gestion de la temporalité des œuvres nouveaux médias. Ensuite seront analysés les éléments observés concernant le comportement gestuel en rapport avec la particularité de la gestion temporelle de l'œuvre. Enfin seront analysés les propos des visiteurs, recueillis lors de l'entretien approfondi en visite accompagnée, afin de dégager des éléments de réponse à notre question de recherche : comment le visiteur qualifie son expérience de visite des œuvres nouveaux médias dans l'exposition.

1. Appropriation temporelle des œuvres nouveaux médias

Ici nous nous résumons les données recueillies lors de l'observation de l'appropriation des œuvres nouveaux médias au niveau temporel. Le premier but est de voir quel est l'écart entre le temps reçu ou vécu par le visiteur, et le temps conçu initialement par l'artiste ou le temps mis à disposition par le concepteur de l'exposition. Il ne s'agit pas, comme nous l'avons déjà souligné plusieurs fois, de tirer un résultat direct issu des données quantitatives du temps de visite, c'est-à-dire, de considérer la durée de visionnement comme témoignant d'une quelconque qualité d'appropriation. Avec la mesure du temps du regard dans cette recherche, il s'agit d'établir une base d'informations significatives qui servira d'outil d'analyse en parallèle avec les éléments d'observation des comportements d'appropriation spatiale des œuvres.

1.1. Observation préliminaire des comportements du visiteur au MACM

Nous commençons par trier les visiteurs qui ont réellement regardé ou porté une certaine attention aux œuvres concernées. Selon l'observation, les visiteurs n'ont pas regardé toutes les œuvres nouveaux médias exposées dans l'exposition. Ceci correspond effectivement à notre hypothèse : à travers l'examen de fonctions et de caractéristiques de l'exposition comme situation de médiation dans la troisième partie, nous avons constaté cette réalité de choix apparemment aléatoire des expôts par le visiteur.

Parmi les cinquante visiteurs observés, dix-sept pour Nauman, huit pour Hill, sept pour Alys & etc., vingt-deux pour Vautier, ont zappé l'œuvre concernée, c'est-à-dire qu'ils sont passés à côté sans même lui jeter un coup d'œil. Ce taux d'ignorance est à peu près identique entre femme et homme. Certainement que ce nombre de refus ou d'ignorance totale est pour partie lié à plusieurs facteurs comme la nature de l'organisation du récit de l'œuvre, l'emplacement de l'œuvre dans le parcours d'exposition, etc. Par exemple, le taux de refus le plus élevé est observé dans le cas de l'œuvre de Ben Vautier présentée au coin d'un espace ouvert avec un dispositif (typologie 1)²⁸ ; un siège et un écouteur mis à disposition du visiteur (Tab. IV-2).

| Œuvre concernée ²⁹ | Nombre de visiteur qui l'a regardé (F/H) | Nombre de visiteur qui ne l'a pas regardé (F/H) | Total observé (F/H) |
|-------------------------------|--|---|---------------------|
| Nauman | 33 (17/16) | 17 (8/9) | 50 (25/25) |
| Hill | 42 (21/21) | 8 (4/4) | |
| Alys + 4 œuvres | 43 (20/23) | 7 (5/2) | |
| Vautier | 28 (14/14) | 22 (11/11) | |

Tab.IV-2 : Nombre de visiteurs qui ont regardé les œuvres nouveaux médias dans l'exposition « Acte de présence » au MACM

²⁸ Selon la typologie de l'aménagement spatial des œuvres nouveaux médias dans l'exposition, élaborée dans le chapitre 9, 3^{ème} partie.

²⁹ Pour simplifier, nous indiquons chaque œuvre concernée avec le nom de famille de l'artiste.

Quand ces données sont regardées sous l'angle de la typologie de la configuration spatiale, on peut constater que les œuvres présentées dans un espace semi-ouvert ont attiré davantage l'attention du visiteur ; par exemple, l'œuvre de Gary Hill présentée dans un espace semi-ouvert (typologie 3) a été regardée par 42 visiteurs sur 50 et dans le cas d'Alys avec 4 œuvres présentées dans la même configuration spatiale, elles ont été regardées par 43 visiteurs sur 50. Ceci indique que le visionnement des œuvres relèverait d'un choix personnel dans un contexte d'exposition et nous laisse également supposer qu'il y aurait un éventuel rapport entre la configuration spatiale et la réception (Annexe XII. Observation du comportement de visiteurs au MACM, Tome II, p. 119-154).

Au niveau du temps consacré à chaque œuvre par le visiteur, nous avons constaté que celui-ci est très peu conséquent par rapport à la durée totale de l'œuvre. La plupart des œuvres ne sont pas regardées plus d'une minute, alors que chaque œuvre (ou l'ensemble des œuvres regroupées dans un même type d'espace) dure entre 43 minutes 52 secondes (cas de Hill) et 60 minutes (cas de Nauman).

| Œuvre (durée totale) | Temps consacré moyenne / 50 | Temps consacré médiane / 50 | Temps consacré moyenne / nombre de visiteur qui l'a regardé | Temps consacré médiane / nombre de visiteur qui l'a regardé |
|---|--------------------------------------|--------------------------------------|---|---|
| Nauman (60 mn) | 17s | 11s | 26s / 33 pers. | 23s / 33 pers. |
| Hill (43mn 52s) | 75s | 31s | 1mn 30s / 42 pers. | 39s / 42 pers. |
| Alys + 4 œuvres (47mn 2s + une œuvre durée non précisée) ³⁰ | 2mn 45s | 55s | 3mn 12s / 43 pers. | 1m 11s / 43 pers. |
| Vautier (Durée non précisée) | 1mn 34s | 7s | 2mn 47s / 28 pers. | 30s / 28 pers. |

**Tab.IV-3 : Temps consacré pour les œuvres nouveaux médias
dans l'exposition « Acte de présence » (moyenne, médiane)**

Concernant la durée de visionnement de l'œuvre de Hill, le résultat montre que la moyenne de la durée du visionnement de ces 42 personnes est de 1 mn 30 s, et la médiane de la durée est de 39 secondes (Tab. IV-3. Temps consacré pour les œuvres nouveaux

³⁰ Alys : 4mn 12s, Oppenheim: durée non précisée, Craig: 12mn, Hoover: 13 mn, Labreque: 17mn 50s. Comme ces œuvres sont présentées d'une manière groupée dans un même espace, nous avons mesuré l'ensemble du temps consacré pour cet espace.

médias dans l'exposition « Acte de présence »). Comme quelques cas relativement minoritaires de visionnement durant une longue durée augmentent la durée moyenne du visionnement, disqualifiant quelque peu la réalité du fait, nous portons notre attention sur les données de la médiane qui reflète mieux la réalité. Ce résultat rejoint effectivement les résultats de plusieurs études qui ont découvert que le temps consacré à chaque expôt dans une exposition est de trente à quarante secondes : « [...] et qu'un visiteur moyen ne dépense pas plus que deux heures dans un musée, dont les trois quarts aux toilettes, à la boutique ou à la cafétéria. Pendant trente minutes environ que le visiteur passe réellement face aux expôts, il consacre en moyenne trente à quarante secondes à un expôt quelconque » (Falk, 1982, p. 10)³¹ ; « (les visiteurs) restaient au maximum trente secondes devant n'importe quel expôt. » (Nielson, 1946).

Sachant que la durée totale de l'œuvre de Hill atteint 43 m et 56 secondes et même en considérant que le visionnement total de l'œuvre n'est pas toujours nécessaire dans ce domaine, ce résultat nous permet de découvrir l'impact des modes de présentation et de réfléchir aux modalités de présentation des œuvres nouveaux médias dans le contexte de l'exposition. Certes, il est difficile de dire quelle peut être la durée suffisante du visionnement d'une œuvre nouveau médias pour atteindre une réception optimale ; par exemple, nous ne pouvons pas comparer directement le cas de l'œuvre de Nauman qui comporte les mêmes actions répétitives filmées pendant une heure et celle de Hill qui a un déroulement dans le temps, même si elle ne suit pas une trame narrative comme dans le cinéma traditionnel.

Or, lorsque nous regardons ces données de la temporalité du visionnement par rapport à la configuration spatiale de l'œuvre, un point intéressant ressort : les œuvres présentées dans un espace semi-ouvert ont été regardées un peu plus longtemps que celles dans un espace ouvert (Tab. IV-3. Temps consacré, médiane). Ici, nous pouvons supposer qu'il peut y avoir un lien entre la configuration spatiale de l'œuvre et le temps du visionnement. Ceci aurait besoin d'être examiné au cours d'une étude plus approfondie, pour obtenir un résultat scientifique. En tout cas, pour le moment, ces données nous

³¹ [...] that the average visitor spend no more than two hours in a museum, nearly three-quarters of this time is spent in walking around or visiting the bathrooms, gift shop, or cafeteria. During the roughly thirty minutes the visitor actually spends attending to exhibits, he will, at most, spend thirty to forty seconds looking at any particular exhibit.

permettent d'entrevoir la nature de la rencontre avec les œuvres nouveaux médias dans une exposition.

1.2. Observation de la gestion temporelle du visiteur dans l'exposition « elles@centrepompidou » (Observation I-a)

Ce comportement de visionnement occasionnel et partiel au niveau temporel, que nous avons repéré dans l'exposition « Actes de présence » au MACM, se retrouve également dans l'observation de la salle 11 de l'exposition « elles@centrepompidou » (Annexe XIII). Dans le cas de la salle 11, treize pour Ferrer, vingt pour Parente, vingt-trois pour Valie Export, dix-neuf pour Nisic, trente-cinq pour Klonaris, parmi cinquante visiteurs observés, ont zappé l'œuvre. Par contre, aucune personne, parmi celles observées n'a zappé l'espace de projections au fond de la salle 11 (Tab. IV-4). Le taux d'ignorance le plus élevé se situe dans le cas de l'œuvre de Klonaris : elle a été zappée par trente cinq visiteurs sur cinquante. Le fait d'être présentée juste à côté de l'entrée de l'espace des projections groupées au fond de la salle 11, qui attirent davantage l'attention du visiteur, pourrait inciter à ne pas s'arrêter devant cette œuvre. Il semble donc que la configuration spatiale peut jouer un rôle dans le taux de zapping total.

| Œuvre concernée | Nombre de visiteur qui l'a regardé (F/H) | Nombre de visiteur qui ne l'a pas regardé (F/H) | Total observé (F/H) |
|----------------------------|--|---|-----------------------|
| Ferrer | 37 (15 / 22) | 13 (8 / 5) | 50 (23 / 27) |
| Parente | 30 (16 / 14) | 20 (7 / 13) | |
| Ivekovic | 32 (17 / 15) | 18 (6 / 12) | |
| V.Export | 27 (11 / 16) | 23 (12 / 11) | |
| Nisic | 31 (11 / 20) | 19 (12 / 7) | |
| Klonaris | 15 (7 / 8) | 35 (16 / 19) | |
| Scheneemrati + 5 œuvres | 50 (23 / 27) | 0 | |

Tab.IV-4 : Nombre de visiteur qui a regardé les œuvres nouveaux médias dans la salle 11 « elles@centrepompidou »

Les données sur le temps consacré à chaque œuvre donnent un résultat à peu près en cohérence avec celui obtenu lors de l'observation préliminaire au MACM : dans la plupart des cas, le visiteur n'a pas consacré plus de quarantaine de secondes au visionnement de chaque œuvre (Tab.IV-5). Il semble que la durée totale de l'œuvre ne soit pas un facteur décisif pour le temps qui lui est consacré : quelle qu'elle soit la durée totale de l'œuvre ; soit davantage que quarante minutes comme dans le cas de Hill, soit moins de six minutes comme dans le cas de Ferrer, le visiteur n'y consacre guère plus d'une minute (Tab.IV-5 ; Annexe XIII. Observation du comportement de visiteurs : salle 11).

| Œuvre (durée totale) | Temps consacré moyenne / 50 | Temps consacré médiane / 50 | Temps consacré moyenne / nombre de visiteur qui l'a regardé | Temps consacré médiane / nombre de visiteur qui l'a regardé |
|---|-----------------------------------|-----------------------------------|--|--|
| Ferrer (5mn 53s) | 32s | 30s | 43s / 37 pers. | 36s / 37 pers. |
| Parente (3mn 30s) | 23s | 6s | 39s / 30 pers. | 23s / 30 pers. |
| Ivekovic (6mn) | 18s | 6s | 28s / 32 pers. | 17s / 32 pers. |
| V.Export (7mn 10s) | 24s | 6s | 44s / 27 pers. | 31s / 27 pers. |
| Nisic (extrait de 67mn) | 14s | 9s | 23s / 31 pers. | 21s / 31 pers. |
| Klonaris (47mn en boucle) | 6s | 0s | 20s / 15 pers. | 18s / 15 pers. |
| Scheneeman + 5 œuvres (64mn 14s en totale) | 3mn 33s | 3mn 14s | 3mn 33s / 50 pers. | 3mn 14s / 50 pers. |

**Tab.IV-5 : Temps consacré aux œuvres nouveaux médias
dans la salle 11 « elles@centrepompidou » (moyenne, médiane)**

Donc en liaison avec les résultats des autres études sur le temps d'attention consacré aux œuvres (Nielsen, 1946; Falk, 1982), il ne semble pas qu'il y ait une différence importante au niveau du temps consacré à chacune, entre les œuvres nouveaux médias et d'autres types d'œuvres. Bien évidemment il faudrait conduire d'autres études avec davantage de protocoles afin d'arriver à un résultat comparatif plus scientifiquement parlant. Pourtant cet écart entre le temps réellement consacré par le visiteur et celui proposé ou imposé par l'artiste avec son œuvre (la durée totale de l'œuvre), montre que la

situation de l'exposition est problématique comme situation de médiation des œuvres nouveaux médias.

Il ne s'agit pas de dire ici, que la meilleure façon de s'approprier une œuvre nouveau média, est de regarder l'œuvre de bout en bout. Ces œuvres créent une situation de zapping superposé dans une exposition : elles peuvent être zappées d'une part, non seulement comme tout autre type d'œuvre d'art, mais aussi dans leur propre déroulement temporel.

En résumé, les observations du comportement du visiteur, concentrées sur l'aspect temporel, nous ont permis de constater, d'abord, que l'emplacement des œuvres et leur configuration spatiale peuvent avoir un lien avec le temps passé par le visiteur à les regarder : un taux de zapping élevé a été repéré pour les œuvres présentées au coin d'un espace ou dans un passage vers un autre espace. Ceci confirme que chaque œuvre nouveaux médias, dans une exposition, n'a pas la même chance d'être reçue de manière optimale. Or, cette caractéristique de l'exposition en tant que médiation secondaire qui peut hiérarchiser des œuvres d'art (O'Doherty, 1986) a été déjà repérée dans la troisième partie.

Il est surtout remarquable que le temps passé par le visiteur pour une œuvre nouveaux médias, qui est une œuvre constituée d'images en mouvement, est très faible par rapport à la durée totale de l'œuvre concernée. Cette durée passée par le visiteur se résume à environ une trentaine de secondes, comme c'est le cas dans d'autres recherches sur le temps de regard pour d'autres types d'œuvres dans une exposition. Ainsi malgré cette caractéristique spécifique de la temporalité, le temps du regard porté aux œuvres nouveaux médias n'est pas très différent de celui consacré à d'autres types d'œuvre d'art. Ceci nous laisse supposer qu'un élément problématique se situe dans l'exposition concernant la réception des œuvres nouveaux médias, qui s'inscrivent dans les conditions spatio-temporelles nécessitant une médiation mieux adaptée.

2. Appropriation spatiale des œuvres nouveaux médias par le visiteur

Maintenant regardons les résultats tirés de l'observation en termes de gestion de la temporalité dans le comportement gestuel du visiteur. Comme nous l'avons précisé dans les détails méthodologiques, nous avons procédé à deux types d'observations vis-à-vis des œuvres nouveaux médias dans la salle 11 de l'exposition « elles@centrepompidou » : l'une concentrée sur la gestion de la temporalité (observation I-a), et l'autre concentrée sur le geste du visiteur (observation I-b).

Dans l'espace ouvert et sans dispositif de construction en avant de la salle 11, qui expose cinq œuvres nouveaux médias (Fig. IV-14. Organisation d'espaces de la salle 11), certains visiteurs se sont arrêtés physiquement devant les œuvres nouveaux médias : 45 pour Ferrer, 36 pour Parente, 32 pour Ivekovic, 33 pour V.Export et 29 pour Nisic (total observés : 60) (Annexe XIV. Observation I-b : Tracking). Quand cette fréquence d'arrêt physique devant les œuvres nouveaux médias est vue en rapport avec celle effectuée devant les autres

types d'œuvres, il semble, malgré tout, que ces œuvres attirent l'attention des visiteurs. Nous supposons que ce comportement a un lien avec l'instinct animal de l'homme, qui réagit naturellement à toute chose qui bouge (Annexe XIV. Observation I-b.).

Un autre facteur repéré et qui semble être significatif est que la fin de la vidéo semble fréquemment déboucher sur l'arrêt du visionnage de l'œuvre par le visiteur : quand le visiteur arrive et que la vidéo se termine peu de temps après, il a tendance à ne pas attendre le nouveau lancement de la projection. Ce comportement rappelle celui du rapport

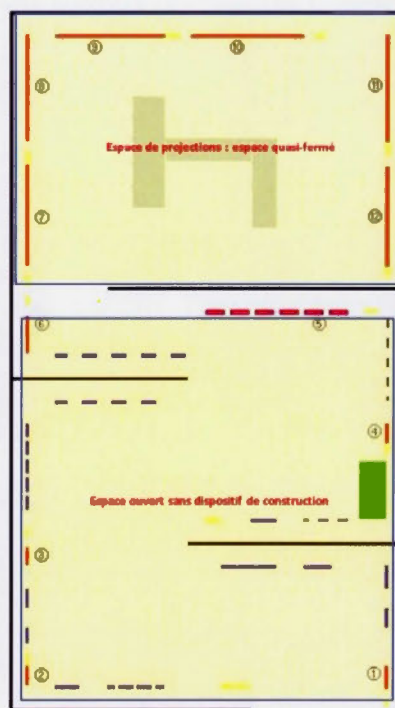


Fig. IV-14 : Plan de la salle 11

à un média du quotidien comme la télévision : nous avons tendance à changer de chaîne quand une émission télévisuelle se termine. Certes avec une telle situation que nous rencontrons au musée, il ne s'agit pas d'une proposition telle qu'on en voit habituellement à la télévision. Pourtant la manière dont un visiteur se dirige vers les œuvres suivantes, dans son parcours (nouveaux médias ou pas), fait penser à notre comportement de réception de la télévision, lié à de multiples propositions télévisuelles offertes par différentes chaînes.

Un comportement particulier a été repéré par rapport à l'espace des projections regroupées au fond de la salle 11 (Fig. IV-14), qui peut être qualifié d'espace quasi-fermé selon notre analyse de configuration spatiale effectuée dans la troisième partie : nous discernons un comportement d'indécision. Cinquante-six parmi soixante visiteurs observés ont regardé les œuvres présentées dans cet espace (Annexe XIV. Observation du comportement de visiteurs, « Tracking »). Mais seulement vingt deux personnes sur ces cinquante-six se sont assises sur le banc, un dispositif proposé par l'institution pour améliorer la condition de réception : c'est-à-dire que plus de la moitié des visiteurs qui ont regardé les œuvres dans cet espace n'en ont pas profité, ils ont choisi de déambuler ou de rester debout et immobiles, même dans le cas d'un visionnement complet de l'œuvre (Tab. IV-6).

| | Nombre de visiteur qui a regardé des œuvres dans cet espace | Nombre de visiteur qui s'est mis assis sur le banc | Nombre de visiteur qui est resté à l'entrée |
|---|---|--|---|
| Espace de projection (espace quasi-fermé, au fond de la salle 11) | 56 sur 60 | 22 sur 56 | 12 sur 56 (9 sur 22 assis) |

Tab. IV-6 : Nombre de visiteur par rapport au comportement observé (salle 11)

Ce qui est d'autant plus remarquable est qu'un certain nombre de visiteurs passaient un certain temps aux alentours de l'entrée de l'espace, et soit ils continuaient le visionnement en entrant physiquement dans l'espace concerné, soit ils s'en allaient voir autre chose. Douze personnes parmi cinquante six qui ont regardé des œuvres dans cet espace restaient à l'entrée et donc n'entraient pas physiquement dans l'espace : c'est comme s'il existait un seuil invisible à franchir. Ces visiteurs passent du temps à l'entrée sans pour autant entrer dans l'espace. Ce comportement est même présent chez ceux des visiteurs qui se sont assis sur le banc ; neuf sur vingt-deux visiteurs assis ont passé d'abord

un moment à l'entrée et y sont restés avant finalement d'aller s'installer sur le banc (Tab IV-15 ; Annexe XIV. Observation du comportement de visiteurs type « Tracking » : salle 11). Cela apparaît comme si le visiteur consacrait un moment d'essai avant de s'engager vraiment dans la temporalité de ces œuvres.

Ce comportement d'hésitation ou d'indécision a été également observé dans la salle 20 « Pratiques urbaines », un autre type d'aménagement spatial pour les œuvres nouveau médias : espace ouvert avec un dispositif spatial aménagé (typologie 3) où les vidéos sont exposées dans une cabine de vidéo (Fig. IV-15, 16. Plan de la salle 20). Selon l'observation, seulement trente-cinq sur soixante visiteurs observés ont regardé les vidéos proposées dans l'espace concerné, ce qui veut dire que plus de la moitié des visiteurs de l'espace n'ont pas regardé les vidéos proposées. Ce taux de zapping qui atteint plus de cinquante pour cent est plus important que celui remarqué dans les espaces ouverts sans dispositif de construction (Annexe XV. Observation du comportement de visiteurs type « Tracking » : salle 20 –Observation II)



Fig. IV-15 : Plan de la salle 20



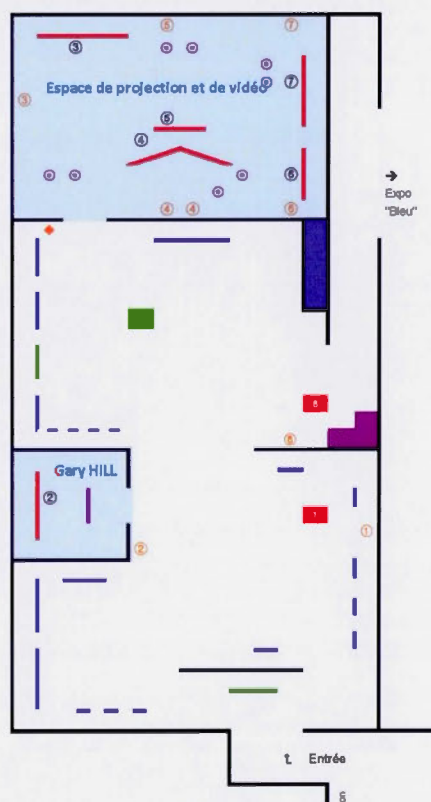
Fig. IV-16 : Une vue de la Salle 20

Parmi ces trente-cinq, seulement treize personnes se sont assises dans la cabine : or, trois de ces trente-cinq personnes n'ont pas regardé l'œuvre proposée : ils étaient assis soit pour ranger quelques affaires, soit pour envoyer des sms, soit pour renouer leurs lacets. Les visiteurs ont regardé ces œuvres vidéographiques soit de loin, en étant immobiles et debout (vingt-trois personnes), soit en prenant appui sur la cabine (sept personnes). Même quand ils manifestaient de l'attention aux œuvres, il semblait qu'il y avait une certaine hésitation à s'engager dans la durée (Tab. IV-7).

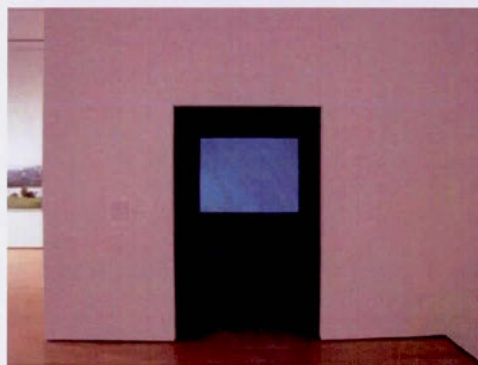
| | Visiteur qui a regardé des œuvres dans cet espace | Visiteur qui s'est mis assis sur le banc | Visiteur qui a regardé des œuvres debout | Visiteur qui a regardé des œuvres en prenant appui sur la cabine |
|---|---|--|--|--|
| Espace ouvert avec dispositifs (salle 20) | 35 sur 60 | 13 sur 35 | 23 sur 35 | 7 sur 35 |

Tab. IV-7 : Nombre de visiteur par rapport au comportement observé (salle 20)

Or, ce genre de comportement d'indécision, notamment par rapport à un espace aménagé pour les œuvres nouveaux médias, c'est-à-dire quand le dispositif de construction est visible au visiteur, a été déjà détecté lors de notre observation préliminaire au MACM. Concernant l'œuvre de Gary Hill présentée dans un espace semi-ouvert, par exemple, vingt sept personnes sur quarante deux qui ont visionné l'œuvre, c'est-à-dire plus que la moitié des visiteurs restaient à l'extérieur ou à l'entrée de cet espace semi-ouvert pour regarder l'œuvre. Et même parmi les quinze personnes (sur quarante deux) qui ont pénétré l'espace, huit personnes ne se sont pas assises sur le banc, donc seulement sept visiteurs sur quarante deux (un sixième) ont profité de ce dispositif de confort du visionnement offert par le musée.



▲ Espace semi-ouvert (de projection et de vidéo)



▲ Espace semi-ouvert (Gary Hill)

Fig. IV-17, 18, 19 : Espaces semi-ouverts dans l'exposition « Acte de présence » au MACM

| | Visiteur qui a regardé l'œuvre / 50 | Visiteur qui est entré dans l'espace (15 sur 42) | | Visiteur qui n'est entré pas dans l'espace (27 sur 42) |
|--------------------------------|-------------------------------------|--|---|--|
| | | qui restait debout dans l'espace | qui s'est mis assis sur le banc dans l'espace | qui ne restait qu'à l'entrée |
| Espace semi-ouvert (Gary Hill) | 42 | 8 sur 15 | 7 sur 15 | 27 sur 42 |

Tab. IV-8 : Nombre de visiteur par rapport au comportement observé (MACM, Gary Hill)

Ce comportement se retrouve à nouveau dans un autre espace de la même exposition, un espace semi-ouvert qui rassemblait cinq œuvres nouveaux médias (Fig. IV-18). Parmi cinquante visiteurs observés, quarante-trois ont porté de l'attention aux œuvres dans cet espace (Tab. IV-9). Dix sur ces quarante trois ont regardé les œuvres (en réalité juste l'une d'entre elles, en face de l'entrée, à cause de la spécificité de la configuration spatiale, voir la Fig. IV-17,18) depuis l'extérieur ou depuis l'entrée de l'espace : ils restaient sur le seuil de l'espace, en s'appuyant souvent sur l'un des murs du seuil et n'entraient pas physiquement, restant quasiment collés à l'entrée. Onze personnes sur quarante trois qui sont physiquement entrées dans l'espace ont également passé un moment sur le seuil, comme si elles avaient besoin de prendre du temps avant de décider d'aller ou non plus loin dans leur visionnement.

| | Visiteur qui a regardé des œuvres / 50 | Visiteur qui restait à l'extérieur de l'espace | Visiteur qui est entré dans l'espace | Visiteur qui est entré dans l'espace mais passait un moment au seuil |
|----------------------------------|--|--|--------------------------------------|--|
| Espace semi-ouvert (Alys & etc.) | 43 | 10 sur 43 | 32 sur 43 | 11 sur 32 |

Tab.IV-9 : Nombre de visiteurs par rapport au comportement observé (MACM, espace de projection)

Enfin, ce comportement nous laisse supposer que le visiteur traverse une sorte de moment d'indécision ou d'hésitation par rapport aux œuvres nouveaux médias dans l'exposition. Contrairement à ce qui se passe avec les œuvres sous forme de peinture ou de sculpture, avec lesquelles on a une possibilité de perception globale, le visiteur rencontre une autre nécessité au niveau du choix ou doit effectuer une autre démarche au-delà de sa première sélection d'œuvres. Ce comportement ressort particulièrement quand l'aménagement spatial ou le dispositif de construction est visible de manière évidente,

comme c'est le cas pour l'œuvre de Gary Hill au MACM (espace semi-ouvert) et pour les œuvres de l'espace des projections regroupées dans la salle 11 (espace quasi-fermé), ou encore avec la cabine construite dans la salle 20 (espace ouvert avec dispositif de construction) de l'exposition « elles@centrepompidou ». Pour mieux comprendre ces comportements et les facteurs de la dialectique de la distraction et de l'attention dans une exposition, nous avons procédé à des entretiens approfondis.



Fig. IV-20, IV-21 :

Exemples du comportement d'indécision

En résumé, l'observation effectuée dans les deux expositions a dégagé les particularités suivantes dans le comportement du visiteur vis-à-vis des œuvres nouveaux médias exposées :

- Le temps du visionnement est considérablement faible par rapport à la temporalité initiale de l'œuvre ; ce fait nous conduit à réfléchir au sens de l'exposition en tant que pratique de la médiation secondaire pour les œuvres nouveaux médias.
- Le comportement d'hésitation a été repéré dans l'observation du comportement vis-à-vis des œuvres nouveaux médias ; ce comportement est particulièrement marqué devant les œuvres qui se présentent dans un espace avec un dispositif de construction visible, comme par exemple, celui du type « boîte noire » ou cabine de consultation documentaire.

3. Appropriation du discours des œuvres nouveaux médias par le visiteur

Suite aux observations des visiteurs, et avec les éléments que nous avons retenus, nous avons effectué des entretiens individuels avec cinq personnes préalablement recrutées. Contrairement à l'observation pour laquelle nous voulions nous concentrer sur la situation « naturelle » du visiteur, nous cherchions, à partir d'un entretien approfondi, à comprendre les éléments influençant le visionnement des œuvres nouveaux médias dans une exposition, ceci dans le cas d'une visite accompagnée. La temporalité a également joué un rôle de guide d'entretien et d'observation, en tant que porte d'entrée pour aborder la question de l'appropriation des œuvres nouveaux médias dans une exposition. Le déroulement principal d'entretien a été le suivant : d'abord la personne a été invitée à regarder une œuvre nouveaux médias autant qu'elle souhaitait. Lors de chaque décision de quitter l'œuvre, la personne a été invitée à en expliquer la raison (Annexe XVI. Entretiens approfondis au Centre Pompidou, Tome II, p. 285-384).

A travers l'analyse des propos des personnes interrogées, nous nous sommes rendu compte que le visiteur quitte une œuvre nouveau média pour aller voir une autre œuvre, quand il croit comprendre ou saisir ce que l'œuvre communique : transmet un message ou représente quelque chose. Mais le visiteur peut également quitter l'œuvre lorsqu'il se sent bloqué dans le processus de compréhension et/ou d'appréciation, bref d'appropriation. Enfin, cinq pôles de facteurs importants dans l'appropriation des œuvres nouveaux médias ont été dégagés à partir des propos recueillis lors de l'entretien : 1) ce qu'il recherche dans une exposition d'art au musée ou dans une œuvre d'art ; 2) ce qu'il pense être « art » ou « œuvre d'art » ; 3) ce qui le conduit à délaisser une œuvre (nouveau média ou pas) ; 4) ce qui lui pose problème dans la réception des œuvres nouveaux médias (dans une exposition ou en général) ; 5) ce que fait le visiteur pour réduire l'écart entre son attente et ses problèmes de réception (Annexe XVII. Cinq pôles de facteurs décisifs de la réception des œuvres nouveaux médias, Tome II, p. 385-389).

Afin de clarifier la délimitation de notre objet central d'étude, au moment de l'entretien de pré-visite, nous avons interrogé ces personnes sur la notion d'« œuvres nouveaux médias » dans leur propre représentation. Avec cet entretien pré-visite, nous

avons constaté qu'elles n'avaient pas une même et seule idée sur cette notion. Certaines ont évoqué des choses liées aux nouvelles technologies ou au numérique, comme Internet ou I-Pod, par exemple ;

« Ben, moi je pense surtout à Internet. Parce que les vidéo et tout ça, ce n'est pas si nouveau que ça finalement. Des installations et tout ça, ce n'est pas, ce n'est pas nouveau. (Donc tu veux dire plutôt quelque chose qui touche à la technologie numérique ?) Oui, mais j'imagine qu'on l'utilise quand même beaucoup aussi pour la vidéo et pour les installations, etc. Mais pour moi [...], c'est quelque chose de numérique. » (V-I, femme, 29 ans, étudiante en études germanophones)

« [...] je penserais plutôt des œuvres qui seraient sur le I-Pod ou quelque chose avec les nouvelles technologies. I-Pad, etc. Mais je sais que ça peut être aussi sur un écran de télé ou vidéo etc. » (V-II, femme, 26 ans, étudiante en muséologie)

Certaines autres personnes ont évoqué la difficulté qu'elles ont par rapport à cette notion, au lieu d'expliquer leur propre compréhension des œuvres nouveaux médias : V-III a remarqué le côté propagande de l'expression et V-IV a réagi pour exprimer son problème de réception dans ce domaine ;

« J'ai un préjugé contre le nouveau média. [...] le problème de savoir si c'est de l'art ou pas n'existe pas pour moi. La question, parce que j'observe dans le nouveau média, c'est ce qui est « nouveau ». Donc comme si c'est média, enfin nommé ainsi, c'est comme si s'inscrivait dans une suite de la peinture et n'ont pas de « nouveauté », bizarrement. Si c'était vraiment nouveau, il n'y aurait pas à dire « nouveau ». [...] » (V-III, homme, 70 ans, artiste-plasticien)

« Je sais qu'il va y avoir vraisemblablement des images des vidéos, parfois bizarres (rire). Et qu'il va y avoir des sons aussi, qui eux sont parfois encore plus bizarres que les images ! Donc il y a un côté où ça... pas ça me fait peur mais je me dis alors mais alors je vais là je ne vais rien comprendre ou ce n'est pas la peine de faire un effort... » (V-IV, homme, 72 ans, retraité - ancien géologue)

Nous voyons effectivement que les représentations des œuvres « nouveaux médias » des visiteurs interrogés ne correspondent pas à la définition des nouveaux médias employée par les institutions. Cela est cohérent avec ce que nous avons constaté lors de notre étude précédente concernant la délimitation des œuvres nouveaux médias par le visiteur : plus des deux tiers des visiteurs interrogés ont éliminé la « vidéo » de la

catégorie des œuvres nouveaux médias et justifiaient leur réponse en ce sens qu'elle n'était plus quelque chose de « nouveau » (Park, 2007).

En somme, ils n'avaient pas une définition très claire des œuvres nouveaux médias, ce qui peut laisser penser qu'une telle appellation et définition dans un discours muséal peut créer un problème de réception. Or, la délimitation ambiguë des œuvres nouveaux médias dans la représentation du visiteur n'est pas une situation très éloignée de ce que nous avons vu dans la première partie pour sa délimitation. Cette catégorie a été établie lors de l'accueil de ces œuvres par le musée, autrement dit, à travers le travail de médiation primaire, et elle crée un discours institutionnel autour des œuvres concernées, lors du travail de la médiation secondaire. Les propos divers et peu clairs des visiteurs sur la notion de nouveaux médias illustrent, en effet, que ce discours institutionnel de la réception de ces œuvres ne se transmet pas clairement au niveau du visiteur.

3.1. Ce qu'il recherche dans une exposition d'art ou dans une œuvre d'art

Même s'il s'agissait d'un entretien concernant les problématiques de l'appropriation des œuvres nouveaux médias dans une exposition, nous sommes arrivés à discerner ce que le visiteur recherche dans une exposition d'art ou dans une œuvre d'art, c'est-à-dire un « horizon d'attente » vis-à-vis du musée d'art et/ou de l'exposition d'art. Cela est apparu naturellement au travers des entretiens avec les personnes interrogées, car ces personnes avaient besoin d'évoquer cette attente à l'égard de l'œuvre d'art, afin d'expliquer les facteurs décisifs du temps consacré aux œuvres nouveaux médias.

Entre autres, l'envie d'avoir du plaisir, de comprendre et de savoir a été largement manifestée dans tous les entretiens, en tant que facteur décisif pour le temps d'attention porté à l'œuvre ;

« [...] déjà est-ce que cette image me plaît, ça peut être un critère. » (V-I) ;

« Voilà, je vais m'en aller parce que j'ai compris » (V-III) ; « ça m'énerve de ne pas savoir. » (V-IV).

Au plan intellectuel, ils cherchent dans l'œuvre d'art, quelque chose qui produit du sens, dévoile ce dont il est question, ce qui se passe et à quoi ça aboutit. Par contre, l'intérêt, ce que le visiteur résume souvent par « quelque chose d'intéressant », ne semblait pas toujours fonctionner comme un facteur suffisant pour être retenu longtemps par une œuvre : même si le visiteur trouve une œuvre intéressante, le sujet peut être désagréable et de ce fait, il peut la délaïsser ;

« [...] ça me fait mal à regarder. Sinon j'ai l'impression d'une déchéance en fait, de quelque chose qui se décompose. Là ça c'est un peu désagréable. [...] Oui, ce n'est pas quelque chose que je veux voir très longtemps en fait. [...] les mains, c'est intéressant, parce que tu peux faire plein de choses avec les mains... » (V-I).

Au niveau émotionnel, ils semblent espérer une sensation ou une stimulation comme quelque chose de « fort », « spectaculaire », « transcendant », « surprenant », « bouleversant », « passionnant », etc. A côté de l'envie de comprendre et d'accéder au sens de l'œuvre, c'est-à-dire se rassurer en quelque sorte, ils avaient quand même envie d'être « surpris », « emballé », « impressionné », « ému » ou « touché » par quelque chose de « nouveau » et « différent », ce qui signifie le désir d'une certaine prise de risque à partir de quelque chose d'inconnu. Dans la même optique, une personne a exprimé son désir d'imaginaire stimulé par l'œuvre d'art :

« Oui, parce qu'il y a des vraies émotions quoi. [...], il y a de l'imagination, tu vois. [...] Oui, qui m'emmène ailleurs. Moi, j'ai besoin de ça en tout cas (dans l'art) » (V-V, femme, 29 ans, maquilleuse professionnelle) ;

«[...] ça me transporte un peu en Suisse ! (rire). » (V-I)

Ces visiteurs cherchent davantage à « voir » certaines choses dans une exposition d'art : les éléments qui touchent l'aspect visuel de l'art ont été évoqués, comme quelque chose de « beau », « spectaculaire », la couleur, le noir et blanc, la forme, etc. Ils semblent privilégier le rapport direct et immédiat avec les œuvres, ceci est probablement lié à la condition temporelle, la durée très longue des projections, qui oblige le visiteur à zapper certaines œuvres dans l'exposition.

Certaines personnes ont également manifesté le désir de préserver une relative autonomie dans une exposition, en étant bien conscientes de la situation de l'exposition en tant que lieu de choix. Cette condition de réception semble guider le choix dans deux directions : soit vers une visite concentrée sur l'essence des œuvres, « ce qui est archi connu » (V-IV) ou quelque chose de « confirmé comme art » (V-IV), soit une visite distraite sur un maximum d'œuvres différentes (V-III).

3.2. Ce qu'il pense être « art » ou « œuvre d'art »

Même si nous pouvions déjà supposer la notion d'art ou d'œuvre d'art véhiculée par chaque visiteur, à travers ses propos, et ce qu'il cherche dans une exposition ou une œuvre d'art, certaines personnes l'exprimaient de manière encore plus explicite. Afin de décrire cette notion, ils ont employé des adjectifs comme « vrai », « unique », « exceptionnel », « extraordinaire », « précieux », etc.

Tandis que certaines personnes sont concentrées sur ce qu'elles préfèrent comme étant un élément ou une qualité propre à une œuvre, ou ce qu'ils souhaitent y trouver (les cas de V-I, V-II et V-III), les autres, lors des entretiens, ont témoigné d'une notion déjà très déterminée et assez fermée (V-IV et V-V). Elles se sont en effet beaucoup appuyées sur une notion classique et traditionnelle ;

« Parce que l'art... pour moi c'est vraiment tout ce qui est de culture, c'est...l'art ancien quoi, qui recrée un peu, on va dire une auréole ? » (V-V).

Donc ce qui représente l'art, pour eux, repose sur un travail technique, souvent manuel, extraordinaire et exceptionnel ;

« Oui, ce qui est de figuratif par exemple, ça demande beaucoup de travail je pense » ;

« Ce média est facile à utiliser, tandis que pour savoir peindre, dessiner, non. C'est moins accessible que ça je trouve. Voilà il faut avoir un don, une pratique » ;

« On sent vraiment le travail qui est derrière quand même. Ça se sent, de la qualité » (V-V).

L'aspect matériel de l'art en tant qu'objet précieux qui donne une envie de le détenir chez soi était également évoqué ;

« [...] mais le visiteur, il aime certains objets d'art contemporain au point où il accepterait de le mettre dans sa maison, ça je ne sais pas » (V-IV) ;

« C'est une pièce unique ? Non. [...] Ah oui, donc ça enlève le côté précieux. [...] Du coup on n'a pas envie de posséder, on n'a pas envie de l'avoir chez soi » (V-V)

Enfin, nous pouvons constater que ces caractéristiques traditionnellement établies dans la définition de l'art sont loin des caractéristiques des œuvres nouveaux médias que nous avons examinées dans la première partie. En effet, les œuvres nouveaux médias ne sont ni « uniques », ni « originales » et ni « précieux » dans leur existence physique, car elles reposent sur un principe de multiplicité du contenu. Cet écart avec la notion d'art semble jouer un rôle important dans le processus d'appropriation des œuvres nouveaux médias par le visiteur.

3.3. Ce qui le conduit à délaisser une œuvre (nouveau média ou pas)

A travers ces entretiens effectués en situation de visite accompagnée, nous avons dégagé certains facteurs qui diminuent l'intérêt ou l'envie de continuer à regarder l'œuvre, soit nouveaux médias soit d'autres types. Comme nous l'avons examiné et souligné plusieurs fois, l'exposition en tant que situation de médiation est un lieu d'interaction entre la distraction et l'attention ; ici il s'agit de repérer les éléments qui conduisent un visiteur soit vers l'état de distraction, soit vers celui d'attention.

Les visiteurs ont exprimé le besoin d'être « convaincus » assez rapidement quand ils rencontrent une œuvre, ou dès le départ quand c'est une œuvre nouveau média qui se déroule dans la durée. Du coup, d'autres types d'efforts supplémentaires ne semblent pas être systématiquement envisagés, c'est-à-dire des efforts qui nécessitent du temps en plus de celui qu'on passe à regarder l'œuvre elle-même. Mais cela dépend également de divers

autres facteurs comme la circonstance de la visite ou l'état physique/psychologique du visiteur. La question du sujet même de l'œuvre a été évoquée de manière répétitive ; sujet « désagréable », « dérangeant », « préoccupant », etc. Les visiteurs ont tendance à chercher une certaine « cohérence » ou « explication » afin de mieux comprendre ou apprécier une œuvre et l'absence de ces éléments semble fonctionner comme un facteur décisif.

Quand la personne a une représentation de l'art bien déterminée, nous avons pu repérer systématiquement ce facteur dans l'écart entre leur représentation de l'art (l'espace de communication mentale « musée », selon l'expression de Roger Odin(2011)) et celui de la vraie situation de visite (l'espace de communication physique « musée »). Effectivement tout ce qui ne correspond pas ou contredit les caractéristiques de l'art classique ou traditionnel pouvait jouer comme un facteur déterminant le fait de quitter l'œuvre au cours de la visite :

« Alors que l'autre... un objet, entre autres, audiovisuel d'art contemporain, de dire que c'est beau, euh, je pense qu'il n'y en a pas beaucoup. Enfin je veux dire que des tubes du fer soudés, c'est beau ? Non, enfin... je ne dirais pas que c'est beau » (V-IV) ;

« [...] verser de l'eau sur un oiseau... je ne vois pas l'intérêt que ça peut présenter, comme spectacle, si tu veux. (lit le cartel) Ah oui, c'est très politique tout ça... (lit le cartel) et bravo,...ah ça c'est de la cire ! Elle va se bruler ! Ca fond, ça doit être chaud... (lit le cartel) Ah ben, bravo. Ben, elle est folle, quoi ! Ah là, franchement... [...] Tu trouves ça beau, toi ? (rire) » (V-IV) ;

« Moi là dedans je vois plutôt quelque chose qui voudrait se moquer de la danse classique, tu vois, pour dire que le corps, on peut faire des mouvements, mais quoique moi je ne trouve absolument pas gracieux ou élégant ou ni quoique ce soit. [...] Moi je vois le côté provocation là dedans. Choquer un petit peu le visiteur [...]. Moi je ne vois pas... en tout cas ça ne m'apporte rien. » (V-IV)

« [...] Et maintenant c'est tellement facile de se moquer, de provoquer que finalement, comme tout le monde le fait, enfin dans le domaine moderne, les artistes modernes... tout le monde se moque de tout... A mon avis, c'est un peu la facilité. » (V-IV)

Certains ont évoqué le problème de la langue utilisée dans l'œuvre-même, ou encore les éléments para textuels de l'œuvre, or ce point a été examiné dans le volet précédent lors de l'examen des problématiques de réception du récit des œuvres nouveaux

médias. Ce problème de langue concernait non seulement les œuvres nouveaux médias, mais aussi tous les types d'œuvres. Ont été soulignés, entre autres, le côté élitiste de l'institution ;

« Au musée Pompidou qui appartient à l'Etat français... Moi je parle en anglais couramment mais ça m'énerve qu'en France maintenant on ne puisse pas parler sans dire un mot en anglais. [...] Il croit que c'est vachement bien, que le Français moyen qui va lire le journal « Ah c'est en anglais, alors les lecteurs vont comprendre à moitié... ». [...] Je m'en fous et j'ai horreur de ça moi, de voir des mots anglais mélangés dans des textes français. Donc le fait qu'elle parle en anglais, ça ne me plaît pas ! (rire) » (V-IV)

« Tu vois, ça c'est vraiment contraignant, pourquoi ils n'ont pas traduit ? [...] Légalement on pourrait se plaindre. [...], une raison de plus qui me fait penser que c'est réservé une élite dont je ne fais pas partie. [...] C'est pour les gens qui parlent en anglais, et qui voyagent souvent. » (V-III)

3.4. Ce qui pose problème dans la réception des œuvres nouveaux médias

A travers les propos des personnes interrogées, nous avons constaté qu'il y a bien une difficulté dans la réception des œuvres nouveaux médias. Elle peut se résumer en trois points : le temps, l'espace et le récit.

Concernant la temporalité des œuvres nouveaux médias, le problème de la durée a été évoqué. Dans le cadre de l'exposition il s'agit de la gestion du temps de la visite;

« Mais j'avoue que je n'ai pas beaucoup beaucoup de patience pour ce genre d'œuvres. Donc très souvent je ne regarde pas jusqu'à la fin. [...] Que tu voies un extrait et... et après tu ... tu comprends déjà de quoi il s'agit, ou peut-être tu ne comprendras jamais. » ; « [...], puisque je suis toujours pressée en fait (rire). [...] Donc dans un musée, c'est très rare que je regarde des vidéo en entier. » (V-I)

Ce problème de durée débouche sur un problème d'autonomie du visiteur ;

« Tu peux le faire avec ton rythme, en fait. Regarder ce que tu veux, après tu es assez libre dans ta circulation. Tandis qu'avec les nouveaux médias, on te dirige directement sur... une histoire ou autres choses, donc ... du coup tu es obligé de regarder ce qui est sur (l'écran), tu ne fais pas le tour comme tu voudrais en fait... » (V-II) ;

« Par exemple dans une vidéo, si on la regarde une demi-heure, on ne peut pas se consacrer pour autres chose. Il en va différemment d'une peinture. Il y a une

peinture qui fait une grosse impression et... Je ne sais pas, il y a une dimension d'éternité, enfin l'éternité de temps... de temps continu. Je n'aime pas l'éternité mais le temps continu, qui fait qu'on peut y revenir. Alors que si on revient vers la vidéo, et on n'arrive pas au même moment (que l'on l'a quitté) » (V-III) ;

« Le vidéaste nous oblige à suivre son temps. [...], c'est-à-dire qu'il s'impose à nous dans la durée décidée par l'artiste » (V-III)

Dans la même optique, les personnes interrogées ont exprimé une envie de délaissier une œuvre dès lors qu'il y a une pause ;

« [...] c'est agréable, mais puisque qu'il y a des pauses, les pauses provoquent toujours une envie de partir en fait » (V-I) ;

« Mais bon, je partirai, parce qu'il y a des pauses » (V-I)

« Non, je n'attendrai pas que ça redémarre, sauf si c'était tout à fait en boucle, mais là, comme il y a un générique de fin... Alors que si ça reprenait en boucle, je regarderais depuis le début jusqu'ou là je suis arrivée. Ça me fait vraiment une coupure le générique donc... » (V-II)

Les problèmes de l'espace et du cadre de l'œuvre ont été aussi évoqués. Concernant la salle 20, par exemple, bien qu'il s'agisse d'un dispositif mis en place par l'institution et adapté à une condition optimale de réception, les visiteurs l'ont perçu comme quelque chose qui rappelle « un lieu de travail ». Ce n'est évidemment pas ce qui est recherché dans un contexte d'exposition d'art que nous avons antérieurement qualifiée comme un possible « ailleurs » ou une « hétérotopie » ;

« [...] Parce que quand je vois ça, ce n'est pas quelque chose où je m'arrêteraïs. Parce que là j'ai un cadre comme à la bibliothèque. [...], je vais beaucoup à la bibliothèque pour voir ce que (je dois voir pour mon travail). [...] Ça me donne l'impression d'être dans un lieu de travail ! » (V-I)

« Là, tu vois, rien que le fait que ce soit en petit truc comme des bureaux etc., ça fait trop...pour moi, documentations, etc. ce n'est pas du tout « œuvre ». Je me serais, je n'aurais même pas su remarquer, je pense, si tu ne m'avais pas montré. » (V-II)

« [...] mais l'ambiance de la salle, c'est un peu trop documentaire, et là du coup je pense que ça ... ce n'est pas ce que je cherche (dans un musée). » (V-III)

Nous voyons ici qu'il y a un conflit entre ce que le visiteur recherche comme œuvre ou sa représentation du musée (selon la théorie de Roger Odin, l'espace de

communication mental du musée) et ce à quoi il est réellement confronté (l'espace de communication physique de l'œuvre nouveau média) (Odin, 2014). Enfin, avec ces déclarations des personnes interrogées, nous pourrions supposer la raison du taux très élevé de zapping constatée dans la salle 20 durant l'observation du comportement des visiteurs.

Enfin un autre problème de cadre de présentation a été détecté ; l'obscurité qui baigne certaines œuvres nouveaux médias. Autrement dit, cette caractéristique qui nécessite l'obscurité pour que l'œuvre existe demande une adaptation du dispositif spatial. Et ce dispositif est ressenti, en certains cas, comme un seuil que les visiteurs doivent franchir, comme finalement un obstacle ou une occasion de zapping.

« Là je ne resterai pas très longtemps parce que c'est assez oppressant je trouve [...] tu te sens enfermée... c'est noir...et il y a un petit bruit...et il n'y a pas d'air... » (V-II)

« Pour moi, c'est un cadre qui me plaît déjà moins que l'autre, les derniers. Parce qu'il faut rentrer et ça fait noir... (entre dans la salle) Je vais regarder quand même un peu pour voir ce que ça donne. Mais là je voudrais ressortir tout de suite. (En sortant) Oui, c'est le cadre en fait. Dans les salles noires, tu sais...(....) Oui, là il faut vraiment faire un « pas » pour entrer, il faut soulever le rideau et tout... (» (V-I)

Enfin nous avons repéré des éléments qui mettent au jour un problème d'ajustement entre la notion d'art véhiculée par les spectateurs et les caractéristiques des œuvres nouveaux médias. Entre autres, la dimension virtuelle des médias qui éloigne de cette notion d'« œuvre » dans leur représentation de l'art, mais aussi la capacité de répétition et de duplication qui éloigne singulièrement de l'expérience unique qu'une « vraie œuvre » peut proposer : l'omniprésence des médias se situant aux antipodes de la notion de rareté. Enfin il y a la croyance en une facilité de création des œuvres nouveaux médias. Ainsi nous voyons qu'il y a une certaine idée reçue sur cet ensemble que constituent les objets filmiques, ce qui complique leur réception en tant qu'œuvres d'art. Or, ce genre de vision, il faut le dire, concerne non seulement des œuvres nouveaux médias mais aussi certaines œuvres d'art contemporain.

« J'ai l'impression que l'écran, je ne sais pas, « cache » un peu ce qui se passe. C'est juste une image en fait. Il n'y a pas la personne vraie, mais juste une image » (V-I)

« Donc le film, j'ai toujours l'impression de quelque chose de... qu'on peut répéter, tu vois. [...] Je fais plus attention aux choses qui sont immédiates, qu'on ne voit qu'une seule fois » (V-I)

« [...] tout le monde peut faire des vidéo. Ce média est facile à utiliser, tandis que pour savoir peindre, dessiner, non. C'est moins accessible que ça je trouve. Voilà il faut avoir un don, une pratique... » (V-V)

« En fait le problème avec la vidéo, c'est ce que c'est déjà assez abouti. Ça ne nous laisse pas trop à se projeter, enfin avec sa propre idée comme [...] un livre, sa propre image. Elle nous propose déjà quelque chose quand même de très... très ancré quoi, dessus » (V-V).

3.5. Ce qu'utilise le visiteur pour réduire l'écart entre l'horizon d'attente et les problèmes de réception

Il s'agit des efforts effectués par le visiteur pour réduire l'écart entre les facteurs positifs et les facteurs négatifs dans la réception des œuvres d'art. Bien évidemment ce genre d'action se fait non seulement avec les œuvres nouveaux médias mais aussi avec d'autres types d'œuvres d'art. Ces efforts qui ont été repérés à travers des propos recueillis pendant les entretiens peuvent être résumés en deux actions : d'une part, l'appel aux références que le visiteur possédait préalablement avant d'arriver à la situation de médiation ; d'autre part, la lecture de tous les types de médiations écrites présentes autour de l'œuvre concernée dans l'exposition.

Le cartel d'information semble le plus souvent fonctionner comme un repère, et ceci est une hypothèse dégagée non seulement à travers ces entretiens approfondis mais aussi à travers les observations que nous avons effectuées dans les deux institutions (MACM et Centre Pompidou). Ainsi nous avons constaté que certains visiteurs se dirigent vers un cartel, avant même de regarder l'œuvre ;

« Encore le cartel, ça m'attire, pour comprendre de quoi ça parle. [...] Oui, parce que je me dis que ça va m'expliquer de quoi ça parle, et après je comprendrai mieux l'œuvre en fait. Surement un réflexe de vouloir comprendre avant de voir, de ne pas attendre que l'œuvre parle d'elle-même. » (V-II)

Malgré l'appel au secours, quasi-systématique, du visiteur, la lecture du cartel ne semble pas toujours se révéler efficace dans la situation de médiation. Les personnes interrogées ont souvent trouvé une incohérence ou un manque de lien entre le contenu du cartel et l'œuvre elle-même. Parfois ils réclamaient que le contenu du cartel ou du panneau soit plus intéressant que l'œuvre concernée, ce qui signifie une situation d'inversion statutaire du texte et du para texte ;

« Ben, en fait ça (le cartel long), je trouvais... ça m'intriguait. Ça me semblait plus intéressant que la vidéo. Ça m'a plus intrigué que ça (l'œuvre) finalement. » (V-V) ;

« Alors, mais moi je me demande toujours si l'artiste atteint son but. Quand je vois ça (le texte sur le mur), la phrase de Virginia Wolf, elle est trop intéressante par rapport à l'œuvre. Surtout alors que ça c'est la façon de voir la féminité qui est la sienne. » (V-III)

D'après les propos des personnes interrogées, le visiteur semble faire appel à des références issues de domaines divers. En fait il s'agit des cultures, des connaissances et des informations que chaque visiteur a déjà acquises et s'est appropriées avant la visite, ce que nous appelons souvent un « bagage intellectuel ». Faisant appel à ses connaissances et cultures artistiques, le visiteur mène plusieurs opérations, comme une comparaison ou un rapprochement, ceci pour mieux s'appropriier – donc comprendre et/ou apprécier – l'œuvre ;

« Ca me rappelle aussi des ... bon, ça me rappelle un peu « Ophélie », et il y a un autre truc que ça me rappelle, que j'ai oublié maintenant... [...] Ah, la première image, mais je l'ai pas très bien vue, ça m'a rappelé un peu de Saint Sébastien. [...] Oui parce que j'ai l'impression qu'il y avait des marques comme un flash, mais je n'ai pas très bien vu. Bon, ça donnait une impression de souffrance. » (V-I) ;

« Et surtout des plans de visage qui sont... enfin c'est du cinéma. Ça dépend du cinéma de Bergman. Bergman, le suédois. [...] Ah toujours. Avec l'aspect sexuel, l'aspect de la vie, donc le sexuel et la vie. Avec les autres arts ; la distance par rapport aux autres arts. La distance avec la tendance. De tendance, c'est-à-dire l'expressionnisme ou le surréalisme, le naturalisme, oui. Et puis des références graphiques, plastiques, chromatiques qui ... Ca ça joue beaucoup sur moi, beaucoup plus que chez d'autres. Parce que je fais des rapprochements, simplement à cause de deux couleurs ou trois. Le ton de voix. La voix du film me fait penser d'un film de Marguerite Duras. [...] La façon de parler, c'est celle de *L'année dernière de Marienbad*. [...] » (V-III)

Cela engage non seulement les domaines artistiques, mais aussi d'autres domaines de compétence du visiteur, et même la vie quotidienne ;

« Ben, vu que ça rapproche un peu de mon métier, j'aurais bien aimé de regarder » (V-V).

Cet appel aux références semble se faire parfois conjointement ou simultanément lors de la lecture du cartel qui les déclenche.

Naturellement devant une œuvre nouveaux médias, les visiteurs ont tendance à faire appel à leurs habitudes en matière de réception des médias dans la vie quotidienne. Par exemple, nous regardons souvent les films en langues étrangères sous-titrés et les visiteurs effectuent de la même manière et sans problème l'appropriation des œuvres présentées en ces langues ;

« Non, je n'ai même pas pensé que c'était en anglais. J'ai tellement habitué à regarder des films en anglais, coréen, américain, ou...donc... » (V-III) ;

« [...] je suis bien habitué à voir plein de films comme ça, avec les sous-titrages... Non ce n'est pas gênant » (V-V) ;

Mais cet appel aux références des médias du quotidien peut aussi fonctionner d'une manière négative ;

« Bon, ce n'est pas quelque chose qui me donne envie de regarder. Je n'aime déjà pas les films policiers et tout... [...] Oui, j'ai l'impression que... elle donne l'impression d'être un cadavre. » (V-I) ;

« Oui, par contre je ne passerais pas à côté mais j'aurais pensé plutôt que c'était une vidéo d'explication ; ou eh... comme un reportage, plus qu'une œuvre en tant qu'œuvre. » (V-II)

« [...] ça fait plus « œuvre » pour moi que la précédente. Ca fait moins « reportage » etc. » (V-II)

Malgré ses propres efforts d'appropriation, le visiteur traverse un parcours d'incertitudes. Par exemple, la V-III qui a un bagage intellectuel important surtout dans l'art, et tout au long de l'entretien, n'arrêtait pas d'ajouter :

« Mais je n'en suis pas sur (V-III) ».

Nous avons constaté que le visiteur manifeste et éprouve en permanence un sentiment d'incertitude ou d'incompétence ;

« Peut-être je suis un mauvais public ! » (V-I) ;

« Je pense qu'il faut attendre longtemps avant que ça change, ou peut-être ça ne change pas du tout ? Je ne sais pas. Peut-être c'est moi qui a le problème. » (V-I)

Ces éléments pourraient probablement déboucher sur certaines pistes, par exemple pour mieux comprendre ces pas « hésitants » du visiteur que nous avons observés dans les volets précédents.

L'analyse des propos recueillis lors de l'entretien approfondi en visite accompagnée nous a permis de mieux comprendre les comportements du visiteur que nous avons repérés lors de l'observation. Selon les entretiens, nous constatons qu'avec les œuvres nouveaux médias, les visiteurs du musée sont conduits à distinguer la nature de ces œuvres qui proposent une situation de communication particulière. A travers le comportement et les propos de visiteurs, nous voyons qu'ils hésitent entre plusieurs identités que comportent ces œuvres, qui sont à la fois proposées comme œuvres d'art (normalement censées faire voyager dans un « autre » monde), et comme une situation de communication qui rappelle peu ou prou certains aspects de la vie quotidienne. Leur comportement d'hésitation physique devant un seuil d'une œuvre nouveaux médias démontre que les visiteurs hésitent non seulement entre les différentes identités des œuvres entre une œuvre d'art et un produit médiatique de consommation, mais aussi entre leurs propres identités en tant que spectateur d'un cinéma ou d'une vidéo (ou un consommateur du média) et un visiteur du musée.

CONCLUSION DE LA QUATRIEME PARTIE

Nous avons effectué une étude sémio-pragmatique dans une exposition comme situation de médiation, afin de comprendre le comportement des visiteurs vis-à-vis des œuvres nouveaux médias. A travers ces observations et ces entretiens élaborés autour de trois pôles de problématiques propres aux œuvres nouveaux médias - le temps, l'espace et le récit : les deux premiers par l'observation et le dernier par l'entretien -, nous avons dégagé des pistes significatives concernant les facteurs qui influencent le processus d'appropriation des œuvres nouveaux médias par le visiteur.

L'observation du comportement du visiteur de l'exposition nous a permis de découvrir certaines particularités vis-à-vis des œuvres nouveaux médias exposées dans le contexte d'exposition. D'abord, nous avons effectué la mesure du temps consacré aux œuvres nouveaux médias dans l'exposition. Notre but, avec cette étude sur le temps n'était pas de créer un lien direct entre le temps consacré aux objets exposés et le niveau de compréhension ou d'apprentissage, comme cette mesure y a été souvent associée. Il s'agissait de voir le temps qui a été consacré au processus d'appropriation de l'œuvre par le visiteur, par rapport au temps intégral de l'œuvre, proposé par l'artiste et/ou le concepteur de l'exposition. L'observation dans deux expositions - « Actes de naissance » au MACM et « elles@centrepompidou » au Centre Pompidou - aboutit à peu près aux mêmes résultats. Selon l'observation, le visiteur ne passe pas plus d'une trentaine de secondes devant chaque œuvre nouveau média dans une exposition. Ceci n'est pas proportionnel au temps intégral de l'œuvre ; qu'une vidéo dure cinq minutes, ou qu'elle dure trente minutes, le visiteur a passé à peu près le même temps devant une œuvre nouveau média. Certes, nous n'avons pas besoin de regarder intégralement chaque vidéo dans une exposition, pourtant cela nous conduit à réfléchir à la pertinence de l'exposition en tant que mode de médiation secondaire dans le musée.

A travers l'observation « tracking », du comportement corporel du visiteur vis-à-vis des œuvres nouveaux médias, nous avons repéré un comportement particulier : un

comportement d'« hésitation » ou d'« indécision ». Ce comportement a été particulièrement visible dans l'espace de typologie 2 (l'espace ouvert avec dispositif : salle 20 dans l'exposition « elles@centrepompidou ») et dans celui de typologie 3 (l'espace semi-ouvert : Gary Hill dans l'exposition « Actes de présence » au MACM et salle 11 au fond). Même s'il y a une place disponible avec un dispositif de confort proposé par le concepteur de l'exposition, le visiteur a tendance à rester à proximité de l'espace créé par le dispositif construit pour l'œuvre nouveau média concerné. Comme il y a ce seuil, invisible, mais qui existe, le visiteur reste souvent aux alentours de l'entrée.

Autrement dit, les éléments observés nous laissent penser qu'il y a deux niveaux de seuil face à une œuvre nouveaux médias dans une exposition : même avant de s'approprier une œuvre dans sa propre temporalité, le visiteur semble avoir besoin de franchir un seuil avant une décision d'engagement temporel. Avec les œuvres nouveaux médias, le visiteur doit réagir selon un autre niveau de décision par rapport à celui qu'il a à l'égard des autres œuvres, qui font partie de la nature même de l'exposition. C'est-à-dire qu'un visiteur a besoin de franchir un seuil, et avant cela, il doit décider de franchir ce seuil supplémentaire et différent, propre aux œuvres nouveaux médias.

A travers l'entretien en visite accompagnée, nous avons tenté de découvrir plus en détail le processus d'appropriation des œuvres nouveaux médias par le visiteur. Les propos des visiteurs ont été analysés autour de cinq pôles de facteurs importants dans l'appropriation des œuvres nouveaux médias. Quand nous faisons une synthèse des propos des visiteurs interrogés, nous découvrons que beaucoup de visiteurs évoquent la contrainte temporelle générée par ces œuvres, et ceci correspond à notre problématique, repérée lors de l'analyse de caractéristiques des œuvres nouveaux médias. Pour certains visiteurs, il semble important de repérer le « fil conducteur » dans les œuvres nouveaux médias pour apprécier et donner du sens à ces œuvres. Souvent ils disent qu'ils quittent l'œuvre quand ils n'y a pas d'« histoire » à suivre. Certes, la question de la narrativité est à préciser, mais avec ces œuvres, beaucoup de visiteurs semblent attendre une narrativité en termes traditionnels, c'est-à-dire un déroulement logique propre au cinéma ou au roman. Le décalage avec la représentation de l'art de chaque visiteur a été un facteur crucial pour la réception des œuvres nouveaux médias : certains s'interrogent sur le statut de ces œuvres et doutent de la pertinence de cette catégorie dans le musée.

Les éléments dégagés à travers l'entretien avec le visiteur rejoignent l'analyse de la configuration spatiale de l'exposition, qui a permis de dégager quatre typologies d'aménagement spatial employées pour ce type d'œuvre. A travers cette analyse, nous avons constaté que l'ensemble de l'organisation spatiale et des dispositifs utilisés pour la médiation secondaire des œuvres nouveaux médias forment des micro-espaces médiatiques au sein d'une exposition. Cette superposition artificielle des espaces du quotidien correspond assez bien au modèle du passage parisien du XIX^{ème} siècle, et nous arrivons à nous représenter le visiteur de l'exposition dans la figure du « flâneur » qui se trouve dans une exposition, un lieu ni intérieur, ni extérieur comme l'était le passage parisien du XIX^{ème} siècle.

Nous pouvons émettre une hypothèse : le visiteur d'expositions est physiquement au musée, mais avec les œuvres nouveaux médias, il peut aussi se sentir en d'autres lieux, un peu comme au cinéma, ou devant la télévision, ou devant la console d'un jeu vidéo, ou dans un hall de gare, ou dans un concert rock, ou dans une bibliothèque. Or l'exposition est souvent considérée comme un lieu en dehors de notre quotidien : un « ailleurs », comme une « hétérotopie », qui se consacre à l'univers pur de l'art, à la manière d'un lieu de culte, qui éloigne de la vie ordinaire et des soucis habituels du quotidien (O'Doherty, 1986, p. 15). Comme le dit la critique d'O'Doherty, du fait d'être exposées dans cet endroit, le musée, même les choses banales deviennent « art ». Comme le passage parisien, le musée est le rassemblement de toutes sortes de créations artistiques de temps et lieux divers. Les œuvres exposées y ont un statut différent, sinon supérieur, comme nous l'avons vu plus haut avec la critique sur le *white cube*, un endroit où les œuvres d'art sont valorisées en même temps que hiérarchisées. Le fait d'être sélectionné pour être présenté dans le contexte de l'exposition, rend la situation de l'exposition encore plus proche de quelque chose qui ressemble à une hétérotopie : un lieu localisé de l'utopie, ou de chefs-d'œuvre de l'art. Le visiteur peut donc être confronté à cette situation étrange dans l'exposition : celle-ci n'étant ni la vie quotidienne (intérieur ou maison), ni le monde imaginaire (extérieur ou « ailleurs »), ni les deux en même temps.

Par l'observation et l'entretien, nous avons rassemblé des éléments qui semblent étayer cette hypothèse ; un comportement d'hésitation ou d'indécision ont été repérés, notamment avec une configuration spatiale de présentation des œuvres nouveaux médias

qui affirme sa spécificité comme dispositif, comme c'est le cas pour une cabine de consultation ou pour une salle noire semi-ouverte ou quasi-fermée. A travers les entretiens approfondis effectués en situation de visite, nous avons constaté qu'il y a certains facteurs qui influencent la dialectique de la distraction et de l'attention à l'égard des œuvres nouveaux médias ; parmi lesquels, l'écart entre ce que le visiteur recherche dans un musée et ce qui est proposé comme œuvres d'art sous forme de médias électroniques. Dès lors le visiteur effectue certains efforts pour réduire cet écart.

La théorie de Roger Odin concernant les espaces de communication mentaux est particulièrement efficace pour qualifier les différentes postures des visiteurs vis-à-vis de cette problématique de la réception.³² Nous pouvons donc supposer différents positionnements du visiteur en fonction de sa relation à son espace de communication comme « musée » mental. En tant que connecteur il s'efforce de chercher des références dans la vie quotidienne ou dans ses connaissances dans le domaine artistique. Tel est le cas du visiteur V-IV, qui avait beaucoup de mal à accepter non seulement les œuvres nouveaux médias, mais aussi toutes les œuvres d'art contemporain. Selon la théorie de Roger Odin, il serait qualifié de « connecteur rigide et fermé », c'est-à-dire quelqu'un qui rejette tout ce qui ne correspond pas à son espace mental « musée » (Odin, 2014)³³.

Or, comme Le Marec (2007) l'a souligné, le visiteur de l'exposition muséale est une personne qui a franchi un seuil propre au musée, seuil réel ou symbolique. Ayant franchi ce seuil, il est une personne physiquement intégrée à l'espace d'exposition, où ont lieu la médiation secondaire et la réception, alors qu'avec la radio ou la télévision, ce franchissement peut rester purement symbolique. Dans le musée en tant que bâtiment physique, se conjuguent ainsi plusieurs seuils à franchir. Parfois il y a plusieurs propositions d'expositions en même temps en ce même lieu et quand il décide de les voir, il est appelé à prendre ou non ces décisions de franchissement de seuils.

³² Ici l'espace ne signifie pas uniquement un lieu physique spécifique, mais plutôt « un faisceau de contraintes qui règle la construction des actants, le mode de production de sens utilisé, les relations entre les actants, bref la communication ». Donc l'« espace » dont il parle est un cadre conceptuel mais pas un espace physique dans sa signification courante.

³³ Roger Odin, *Espaces de communication physique et espaces de communication mentaux*, colloque international D'un écran à l'autre : les mutations du spectateur, INA Paris, le 23 mai 2014.

Benjamin a décrit l'expérience du flâneur dans le passage parisien comme celle d'une « hallucination » ou d'un « rêve », ceci dû aux spécificités architecturales et aux effets du verre et de la lumière. Benjamin a par ailleurs noté que la perception du cinéma se fait dans un état de distraction tandis qu'un tableau invite les spectateurs à une contemplation concentrée. Partant de la base théorique de Benjamin, nous voyons que le terrain pratique de cette réception « distraite » migre du cinéma à la télévision, de la télévision à l'écran de l'ordinateur. Quant aux visiteurs-spectateurs de l'exposition, ils traversent au moins trois types de distractions : la distraction comme état psychologique, que Benjamin a soulignée, celle causée par la juxtaposition d'œuvres d'art de types différents, et enfin celle qui relève du loisir. Or, ce sentiment pour le flâneur, d'être perdu et « décalé » fait penser aux pas « hésitants » des visiteurs-spectateurs des œuvres nouveaux médias dans l'exposition. Dans la dialectique de la distraction et de l'attention, ces flâneurs contemporains reconduisent cette marche hésitante de leurs prédécesseurs lors de leur parcours dans l'exposition.

Enfin, nous voyons qu'il y a plusieurs horizons d'attente dans l'espace de l'exposition vis-à-vis des œuvres nouveaux médias. D'abord puisqu'il a franchi lui-même le seuil du musée d'art, le visiteur a un horizon d'attente lié à un lieu traditionnel de l'art ; ensuite le visiteur peut avoir un horizon d'attente pour les médias ordinaires comme la télévision et le cinéma, car malgré tout, ces œuvres nouveaux médias existent et se présentent souvent dans le même interface que les médias ordinaires (sauf les installations) ; enfin il possède un horizon d'attente pour une visite de l'exposition en tant que pratique de l'industrie de la consommation culturelle de divertissement, comme ce fut le cas pour le flâneur du Passage du XIXe siècle.

Ainsi la situation d'exposition pour les œuvres nouveaux médias convoque à la fois des attentes différentes qui sont relatives à la conduite du visiteur du musée qui voit un espace d'exposition et y a des attentes qui sont liées à toutes les pratiques audiovisuelles, aussi bien du cinéma dans une salle de projection du cinéma que de l'audiovisuel tel qui peut être pratiqué à la télévision, par exemple. Et donc cette ambiguïté, est en fait un espace qui peut être interprété par le visiteur, tantôt comme un espace d'exposition, comparable avec un musée, tantôt comme un espace de projection, comparable avec un cinéma ou une télévision. Nous avons repéré un visiteur qui a lui-

même manipulé une vidéo pour réduire le son qu'il a jugé probablement trop fort. Mais toucher une œuvre d'art dans une exposition est interdit, cela fait partie des comportements à respecter dans un musée. Pourtant au moment où il touche le bouton d'un écran, il se place plutôt dans la figure d'« usager » des médias ordinaires, plutôt que dans celle du « visiteur » du musée d'art. D'autres cas ont été repérés, comme par exemple un couple qui est entré dans la salle BWR pour la série projection avec un gobelet de café, ou un visiteur qui pense à une « Vidéo gag » avec une vidéo performance de Mona Hatoum.

Christiane Paul du WMAA a divisé en gros, en quatre catégories le public des œuvres nouveaux médias dans le musée : les « experts » qui sont familiers avec cette forme d'art ; le groupe relativement restreint de ceux qui revendiquent une aversion « naturelle » pour les ordinateurs et la technologie et refusent de regarder quoi que ce soit présenté par leur intermédiaire ; un segment du public relativement jeune qui est très familier avec les mondes virtuels, les interfaces et les paradigmes de navigation, mais pas nécessairement habitués à l'art qui implique ces aspects ; et ceux qui sont ouverts et intéressés à l'art, mais ont besoin d'aide pour y accéder et pour y naviguer³⁴ (Paul, 2008, p. 66) Avec notre recherche, nous pouvons dire que cette catégorie montre en effet que le visiteur se sent perdu en raison de la pluralité des horizons d'attente.

³⁴ "The museum/gallery audience for new media art might be divided roughly into the following categories: the "experts" who are familiar with the art form; the fairly small group of those who claim a "natural" aversion to computers and technology and refuse to look at anything presented by means of them; a relatively young audience segment that is highly familiar with virtual worlds, interfaces, and navigation paradigms but not necessarily accustomed to art that involves these aspects; and those who are open to and interested in the art but need assistance using it and navigating it."

FOCUS sur une œuvre

Genevieve Cadieux, *Voices of Reason / Voices of Madness* (1984)

Installation multimédia, 2 projecteurs de diapositives, 2 diapositives (1 en couleur et 1 en noir et blanc), 1 dispositif électronique, 1 caisson de basses, 2 haut-parleurs, 1 CD audio, son stéréo, 2'30



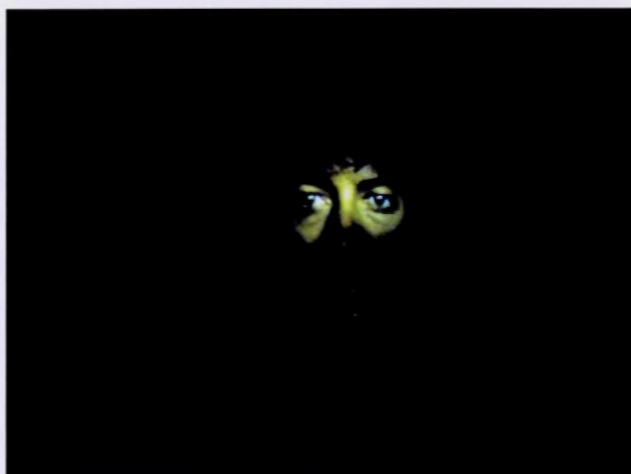
Il s'agit d'une installation avec projection de deux images en vis-à-vis : l'une, en noir et blanc, est celle d'un visage d'une femme exprimant une grande souffrance, et en face, l'autre image, en couleur, montre un autre visage avec une expression neutre, voire indifférente. Le son, intermittent, brutal, rappelle un coup de pistolet. La projection se fait dans une salle noire de 12 x 6 x 3.8 mètres. Le dispositif de présentation de cette œuvre conduit ainsi le visiteur à une prise de conscience des conditions de réception des œuvres nouveaux médias dans le cadre d'une exposition.

Tandis que cette œuvre est classée dans la catégorie « Nouveaux Médias » au Centre Pompidou, elle ne comporte en fait rien de nouveau en termes de constitution matérielle de l'œuvre, car ce qui se concrétise en images projetées sur le mur, ce sont des diapositives, donc des images fixes, et l'élément sonore n'est pas véritablement nouveau dans l'histoire de l'installation. Pourtant, la manière de mettre en œuvre ces éléments médiatiques est singulière par rapport à celle de leur origine, car l'ensemble de cette installation crée une « nouvelle » situation de contemplation de l'art.

Avec des éléments propres à d'« anciens » médias, l'artiste réussit à intégrer le concept de durée dans son œuvre. Mais ici ce n'est pas le temps du déroulement narratif

que nous percevons comme avec le cinéma ou la vidéo ; l'artiste a joué avec des changements de focus (de netteté) et de lumière des diapositives pour que l'aspect des images évolue lentement. Par intermittence, le bruit survient soudainement et tire le visiteur de son état de contemplation. Ainsi le visiteur peut vivre l'expérience d'une durée (Van Assche, 2006, p. 104-105).

Tandis que *Voices of Reason / Voices of Madness* propose une approche singulière du concept de « nouveaux médias », lors des entretiens effectués à la sortie de la salle, certains visiteurs ont exprimé un sentiment de confusion dans la qualification du terme « nouveaux médias », ceci en l'associant aux effets spéciaux réalisés par la haute technologie numérique, ou en refusant de qualifier la photographie de « nouveau » média. Ici nous voyons à nouveau que la notion de « nouveaux médias » n'est pas claire, non seulement pour les professionnels de l'art, mais aussi pour les visiteurs du musée. Autrement dit, malgré la catégorisation que chaque institution établit par rapport à l'accueil de ces œuvres en son sein, le visiteur reste souvent indécis quant à l'identification de leur nature. Il semble que le concept de « nouveaux médias » tel qu'il est déterminé et appliqué par l'institution, en tant que catégorie, ne correspond ni aux attentes ni aux représentations du visiteur.



La configuration spatiale de l'œuvre a souvent été évoquée par les visiteurs interrogés. Ils parlent d'ambiance oppressante, due certainement au noir quasi-absolu dans lequel baigne l'installation. Selon les entretiens, cette obscurité semble contribuer à faire partir le visiteur à peine entré dans la salle. Pour certains visiteurs, ce à quoi ils sont confrontés, ne rejoint pas leur horizon d'attente lié au musée d'art.

Nous sommes ici physiquement dans un espace de musée d'art, mais une salle plongée dans la pénombre engendre une expérience proche de celle de la salle de cinéma. En outre, cet espace représente une chambre optique dans laquelle le visiteur « se voit présenter un spectacle, une fantasmagorie visuelle dont il est censé s'émerveiller » (De Méredieu, 2004, p. 47). Or, il faut préciser qu'il s'agissait d'un dispositif lié au divertissement et non à l'art du musée. Dans cette configuration propre à l'œuvre de Cadieux, nous constatons un croisement, conscient ou non, des horizons d'attente du visiteur par rapport au musée, au cinéma et à la chambre optique. Or ce croisement peut s'avérer conflictuel, car malgré l'évolution de l'art, il semble parfois difficile de concilier différents horizons d'attente de pratiques culturelles.

CONCLUSION

« Le dernier voyage du flâneur : la Mort. Son but : le Nouveau.
Le nouveau est une qualité indépendante de la valeur d'usage de la marchandise.
Il est à l'origine de cette illusion dont la mode est l'infatigable pourvoyeuse.
Que la dernière ligne de résistance de l'art coïncidât
avec la ligne d'attaque la plus avancée de la marchandise,
cela devait demeurer caché à Baudelaire. »
(Benjamin, 1989, p. 55-56)

Afin de répondre à la question de recherche portant sur les facteurs qui caractérisent la médiation et la réception des œuvres nouveaux médias dans le domaine muséal, la thèse a accompagné le parcours des œuvres nouveaux médias, depuis leur genèse jusqu'à leur rencontre avec le public au musée.

.....

Dans la première partie, nous avons essayé de délimiter les « œuvres nouveaux médias », objet central d'étude dans la recherche, et d'analyser leurs caractéristiques en tant que médias et œuvres d'art. En examinant notre choix terminologique qui identifie une multiplicité d'expressions employées dans ce domaine, nous avons constaté une absence de consensus en termes d'appellation de ces objets dans le domaine artistique au niveau international. Ainsi avons-nous découvert que la notion de « nouveaux médias » entendue dans les pays francophones et celle de *New Media* dans les pays anglo-saxons sont de faux amis, au moins dans le domaine de l'art. Même si chacune est une traduction littérale de l'autre, ni l'une ni l'autre ne désignent exactement la même chose dans leur usage courant : la première englobe des œuvres émergées à partir de la deuxième moitié des années soixante et la deuxième celles qui apparaissent à partir du début des années quatre-vingt-dix du siècle dernier.

Le statut des nouveaux médias dans le domaine de l'art est pluriel. Ils sont parfois un outil d'information ou de médiation comme peut l'être une borne interactive au musée, un audio guide d'exposition, un site Internet dédié à un artiste, etc. ; parfois c'est un outil de création comme un appareil photo numérique ; parfois il s'agit d'une partie essentielle de l'œuvre elle-même. Même si notre recherche concerne ce dernier cas parmi les trois statuts des médias dans le musée d'art que nous venons de citer, c'est-à-dire les médias

comme une partie intégrante de l'œuvre, nous avons constaté que la définition n'est pas pour autant satisfaisante. Car dans ces objets, ce que nous pouvons « rencontrer » comme « œuvre d'art » existe sous forme de quelque chose d'« activable » ou qui est en « attente » dans les médias, en tant qu'objets techniques. Plus exactement, l'œuvre s'énonce en une image écranique en mouvement, donc sous forme éphémère et intangible, qui crée une situation de communication particulière avec d'autres éléments de l'œuvre, comme le son ou le jeu des regards établis par un système médiatique, par exemple.

Donc, ici, les médias en tant qu'équipements techniques sont à la fois l'outil d'instauration d'une situation mais également une partie de l'œuvre elle-même. Même si ces deux aspects des œuvres sont importants, ils ne s'énoncent pas en même temps avec la même importance au moment de la présentation, c'est-à-dire lors de la rencontre avec le public. Ce que nous « regardons » ou « vivons » en tant qu'œuvre dans l'exposition, ce sont plutôt des images ou des situations créées par un équipement technique, mais certes pas la bande vidéo elle-même ou le projecteur en tant qu'objets. Nous constatons également que ces œuvres n'ont jamais réellement gagné une place légitime dans l'histoire générale de l'art. Ceci est sans doute dû aux caractéristiques propres à ces œuvres, par rapport à ce qui est généralement considéré comme étant « œuvre d'art », et qui prend avant tout appui sur la valeur objectale de l'œuvre en tant qu'objet rare et unique.

Enfin dans cette partie, nous retraçons l'aventure des « nouveaux » médias en tant que « nouveaux » matériaux de l'art. Ces médias ont permis aux artistes de créer à la fois une œuvre différente par rapport à ce qui était considéré comme « art », et un média qui n'a pas tout à fait pour objectif principal et fonctionnel la communication, ainsi qu'il a été conçu à l'origine. Donc avec les œuvres nouveaux médias, il s'agit d'objets qui ne sont pas tout à fait des « œuvres d'art » en termes traditionnels, ni « nouveaux » au sens strict, ni des « médias » dans le sens qu'on entend couramment, mais sont à la fois les trois avec des caractéristiques particulières au niveau du temps, de l'espace et du récit.

.....

Dans la deuxième partie, nous avons étudié comment le musée se situe par rapport à cet objet difficilement définissable que nous avons examiné dans la première partie. Dans cette partie, nous avons qualifié le travail du musée qui repose sur l'acquisition, la

catégorisation, la conservation et la restauration des œuvres, comme étant une « médiation primaire ». Pour l'analyse de la médiation muséale appliquée aux œuvres nouveaux médias, nous avons élaboré un modèle comportant trois étapes de médiation muséale – médiation primaire, secondaire et tertiaire – en considérant le musée lui-même comme étant un outil de médiation de l'art. Nous fondant sur la théorie du musée de Davallon, comme étant un « média », ceci élargit l'un des sens de la médiation habituellement accepté comme étant la « technique de communication culturelle », de « vulgarisation », d'« animation » ou bien d'« action culturelle » dans l'usage courant.

L'analyse de la médiation primaire concernant les œuvres nouveaux médias a été conduite sous la forme d'une étude des cas des Centre Pompidou, WMAA, MACM et ZKM. Elle a permis de révéler comment le musée s'adapte à ces objets au caractère complexe et hétérogène, que nous avons repérés, dans la première partie. Cette adaptation muséale ne se limite pas seulement à l'organisation spécifique des départements : elle ne reste pas seulement dans le cadre du musée traditionnel, fondé sur la catégorisation de différents types d'œuvres, comme les cas du Centre Pompidou, du WMAA et du MACM, mais elle le dépasse, en établissant un centre d'art spécifiquement consacré aux œuvres nouveaux médias, comme il en est par exemple du ZKM.

Or, cette étape de médiation peut être analysée comme étant en même temps une « réception » de ces œuvres par le musée, qui est non seulement le médiateur reliant des œuvres et le public, mais qui est aussi le premier interlocuteur où le public « expert » rencontre préalablement des œuvres pour mieux en préparer l'étape de médiation secondaire. Nous constatons que l'identité complexe de ces œuvres, qui a rendu le travail de définition difficile, a également eu une conséquence sur la médiation primaire dans le musée. Car pour « recevoir », c'est-à-dire acquérir, collectionner, conserver et restaurer ces œuvres, le musée doit considérer les différents aspects et statuts de ces objets ; ce sont des œuvres d'art qui sont censées être conservées et préservées le plus longtemps possible, mais en même temps ce sont des médias (objets techniques) qui sont confrontés à une dégradation qui les atteint plus rapidement que ce n'est le cas pour d'autres types d'œuvres plus traditionnelles, plus homogènes dans leurs matériaux constitutifs. Nous nous rappelons encore une fois qu'il s'agit d'objet médiatiques qui n'ont pas élu le musée en tant que lieu principal de consommation, parce que les technologies industrielles sur

lesquelles sont fondés ces objets se développent ailleurs, c'est-à-dire sur Internet comme *Youtube* ou des réseaux sociaux, à la télévision, en éditions CD/DVD, etc., bien davantage que dans les musées.

.....

Dans la troisième partie, nous voyons comment s'effectue la médiation secondaire dans le musée, autrement dit comment le musée organise les rencontres entre le public et ces œuvres à la définition ambiguë et qui n'avaient pas, à priori, une vocation de relation intime avec le milieu muséal et institutionnel. L'analyse de la troisième partie a permis de constater que le musée développe des stratégies de présentation des œuvres nouveaux médias sous de multiples formes : les modes de présentation dépassent le cadre « exposition » tel qu'il est compris habituellement, et se développent sous différentes formes, comme par exemple une médiathèque, un cycle de projection, une manifestation nocturne, etc., en prenant en compte des spécificités temporelles, spatiales et discursives.

A travers l'analyse d'un cas, celui de l'exposition « elles@centrepompidou », nous avons dégagé une typologie de configuration spatiale mise en application pour les œuvres nouveaux médias dans une exposition, laquelle instaure des micro-espaces, ceux de la vie quotidienne (une salle de cinéma, une bibliothèque, un salon de la télévision, etc.) au sein de l'exposition. Or, l'exposition d'art est une sorte d'espace de l'« utopie » qui rassemble des œuvres d'art, essences de l'esprit des artistes. Donc elle peut être vue comme une « hétérotopie », un lieu localisé de l'utopie, selon la théorie de Foucault. Comme un jardin qui rassemble des plantes et des fleurs merveilleuses en un espace, l'exposition devient un monde « fabriqué » par le rassemblement des « chefs-d'œuvre », c'est-à-dire un monde artificiel qui n'existe pas en réalité. Autrement dit, l'exposition représente en principe un espace qui se différencie de celui de notre vie quotidienne. Or avec les œuvres nouveaux médias, dans une exposition, nous rencontrons une situation d'incompatibilité qui propose des espaces « ordinaires » là où nous nous attendons à voir quelque chose d'« extraordinaire ».

Enfin, cette situation des œuvres nouveaux médias qui superpose plusieurs mondes différents auxquels les visiteurs appartiennent – un monde ordinaire (la vie quotidienne) et un monde « autre » que l'exposition représente, comme une

« hétérotopie » – rappelle une configuration, celle du passage parisien du XIXe siècle. Celle-ci rassemblait plusieurs espaces de la vie quotidienne comme celui d'un théâtre, d'une bibliothèque, d'un magasin, d'une salle de cinéma, etc. Le passage a été une invention architecturale qui a créé une pratique culturelle associée à la consommation. Et avec cette ressemblance entre la configuration de l'exposition des œuvres nouveaux médias et celle du passage, nous voyons poindre la possibilité d'une pratique de visite différente de celle d'une visite traditionnelle d'une exposition d'art.

.....

Dans la quatrième partie, nous étudions comment le public se situe par rapport à ce que nous avons analysé dans la troisième partie ; autrement dit, comment le visiteur qualifie son expérience de visite concernant des œuvres nouveaux médias. A travers l'observation du comportement spatio-temporel du visiteur vis-à-vis des œuvres nouveaux médias présentées dans une exposition, nous avons repéré des éléments qui contribuent à répondre à notre question de recherche. D'abord nous avons découvert que le temps passé par le visiteur, face à une œuvre nouveaux médias dans une exposition, est considérablement réduit par rapport au temps intégral de l'œuvre, c'est-à-dire le temps de l'œuvre déterminé par l'artiste. Cela a été déjà supposé lors de l'analyse de l'espace de l'exposition dans la troisième partie ; tandis que la salle de cinéma offre une condition immersive pour le visionnement d'une œuvre filmique, une exposition peut proposer des situations moins immersives donc plus distrayantes. Même si nous ne pouvons pas quantifier systématiquement le temps nécessaire pour comprendre ou apprécier une œuvre d'art, cet écart de durée de visionnement entre le temps consacré par le visiteur et celui conçu par l'artiste nous fait réfléchir à la pertinence de l'exposition comme stratégie de médiation secondaire pour les œuvres nouveaux médias.

Le résultat de l'observation du comportement spatial du visiteur a débouché sur une explication partielle de la brièveté de son temps de visionnement. Vis-à-vis des œuvres nouveaux médias présentées dans l'exposition, de nombreux visiteurs montraient un comportement d'« hésitation » ou d'« indécision » : une tendance à rester un moment aux alentours du point d'entrée de l'espace créé par le dispositif des œuvres nouveaux médias. Même quand il n'y a pas de fermeture physique et visible de l'espace concerné, ces visiteurs semblaient avoir du mal à franchir un seuil invisible. Ce comportement nous

renvoie une fois encore à l'exposition comme métaphore du passage du XIXe siècle, auquel nous sommes arrivés dans la troisième partie. Avec ses pas hésitants, le visiteur de l'exposition des œuvres nouveaux médias se trouve d'une part dans une atmosphère lumineuse et artificielle quelque peu hallucinatoire, comme dans un « rêve », comme ce fut le cas pour la promenade des flâneurs, mais aussi dans une ambiance de cohabitation de multiples propositions attractives propres à une pratique culturelle fondée sur la consommation.

Par ailleurs, avec l'entretien conduit en visite accompagnée, nous avons repéré cinq pôles de facteurs décisifs qui définissent le comportement et le processus d'appropriation des œuvres nouveaux médias : ce que le visiteur recherche dans une exposition d'art au musée ou dans une œuvre d'art ; ce qu'il pense comme étant « art » ou une « œuvre d'art » ; ce qui le fait délaisser une œuvre nouveaux médias ; ce qui le dérange dans la réception des œuvres nouveaux médias ; ce qu'il fait pour réduire l'écart entre son attente et ses problèmes de réception. A travers les propos analysés autour de ces cinq pôles, nous avons découvert que l'horizon d'attente du visiteur à l'égard de l'art et/ou du musée ne correspond pas nécessairement aux œuvres nouveaux médias telles qu'elles sont présentées dans l'exposition. En effet, une certaine démarche d'adaptation s'effectue chez les visiteurs pour réduire l'écart entre ce qu'ils attendent et ce qu'ils rencontrent dans une exposition.

Enfin, nous découvrons que plusieurs horizons d'attente se superposent chez le visiteur de l'exposition, par rapport aux œuvres nouveaux médias dans l'espace physique de l'exposition. D'abord il y a un horizon d'attente lié à l'art et à l'institution muséale d'art, qui fait se conjuguer fatigue muséale et dissonance cognitive ; ensuite il y a un horizon d'attente lié à la consommation dans les industries culturelles, comme dans le passage parisien ; enfin il y a un horizon d'attente lié à la pratique quotidienne des médias audiovisuels, qui peut se caractériser entre autres par le *zapping*. Ainsi nous comprenons peut-être la raison du temps très court de visionnement et celle du comportement d'indécision dans cette superposition d'horizons d'attentes, qui d'une certaine manière égare le visiteur devant des œuvres nouveaux médias.

Dans cette superposition d'horizons d'attente, le spectateur ne répond pas aisément à l'exigence temporelle des œuvres nouveaux médias parce qu'il a du mal à se

situer par rapport à ces objets au caractère ambigu. Autrement dit, le visiteur ne sait pas très bien à quoi il joue, parce qu'il ne sait pas vraiment dans quel cadre le musée le place. Parfois le visiteur se confronte à un espace qui est connoté exposition d'art, parfois à un espace qui renvoie à une salle de spectacle. Finalement, avec les œuvres nouveaux médias, le visiteur a besoin de « s'ajuster » à plusieurs rôles différents.

Or, cet « ajustement » du visiteur dans une exposition a été étudié par Jutant (2011). Son étude sur un jeu numérique PLUG installé au musée des arts et métiers a permis de découvrir que les visiteurs se sentent perdus dans cette exposition de type « serious game », parce qu'il y a, d'une part, un horizon d'attente sur un musée/exposition traditionnel dont le principal intérêt repose sur les objets patrimoniaux ; d'autre part, celui d'un jeu numérique tel que nous le pratiquons dans la vie ordinaire (Jutant, 2011 ; Gentès et Jutant, 2012). Mais contrairement à la situation étudiée par Jutant qui concerne plutôt le visiteur, la situation des œuvres nouveaux médias dans le musée concerne tous les actants de la médiation et de la réception, c'est-à-dire dès leur entrée au musée jusqu'à leur rencontre avec les visiteurs. Dès le début et tout au long de la circulation des œuvres, nous confrontons leur identité ambiguë avec celle des œuvres traditionnelles.

Peu importe sa conscience du fait, le visiteur vit cette expérience de visite vis-à-vis des œuvres nouveaux médias en modifiant son rôle : parfois il est dans le rôle du visiteur de musée et il cherche de l'art, des œuvres, des savoir-faire. Parfois il se comporte comme le spectateur d'un film, comme s'il était dans une salle de cinéma, et parfois il est comme un usager ordinaire des médias de consommation. Quand le visiteur entre dans un musée, puis dans une exposition, il se positionne d'abord comme le visiteur d'une exposition avec son horizon d'attente sur l'art. Donc quand il se confronte à des œuvres nouveaux médias, il hésite, mais il ne se comporte pas non plus totalement comme, par exemple, le spectateur d'une œuvre filmique.

En quelque sorte nous pourrions également dire que la nature de l'objet-œuvre présenté transforme le visiteur. Le comportement observé d'un visiteur qui a réduit le son d'une vidéo présentée dans « elles@centrepompidou », en manipulant la fonction d'un écran LCD, est un bon exemple pour ce genre de changement du rôle ; ce comportement n'est normalement jamais autorisé dans un musée qui exclut le plus souvent toute manipulation, quelle qu'elle soit, des œuvres exposées. Dans ce cas, même s'il est visiteur

d'une exposition d'art, nous voyons qu'il se pense et se comporte comme l'utilisateur d'un média courant, comme la télévision dans son salon. Nous pouvons dire qu'ici, il y a un va et vient permanent entre les rôles cumulés du visiteur. Celui dont nous parlons va probablement redevenir le visiteur du musée, mais au moment où il manipule le son d'une vidéo, il est dans un autre univers, plutôt celui d'un consommateur d'une technologie, et il est d'une certaine manière le visiteur d'un de ces passages évoqués plus haut.

Cela veut dire que les modèles de la visite, proposés par l'exposition surdéterminent la situation. C'est-à-dire que, à l'intérieur du musée au moment où les visiteurs sont confrontés à ces œuvres qui ont les mêmes formes que celles des médias de consommation, cela évoque et convoque chez eux des pratiques qui sont liées à leur culture médiatique, comme par exemple aller au cinéma, regarder la télévision, regarder de brèves séquences sur *Youtube*. À travers les éléments que nous avons successivement découverts dans la thèse, nous voyons que cet univers de nos pratiques des médias interfère avec l'exposition muséale, notamment dans la situation de médiation des œuvres nouveaux médias.

Autrement dit, il y a une incompatibilité entre des modèles de pratique de visite développés dans le musée, basés normalement sur un temps de contemplation indéterminé, et ceux développés par les artistes des œuvres nouveaux médias, en donnant aux œuvres une exigence temporelle. L'autre exemple des visiteurs, en couple, qui sont entrés avec une boisson dans un gobelet à la « série projection » dans la salle BWR au sous-sol du MACM peut révéler cette interférence d'« univers » médiatiques différents. Si nous empruntons l'expression de Roger Odin (2011 ; 2014), dans son espace mental de communication « cinéma », ils se comportent en fait comme des spectateurs d'un multiplexe cinématographique.

Or, nous nous voyons que cela est en rapport avec ce que nous avons analysé dans les trois premières parties. Quand nous regardons, de façon plus fine, tout ce qui a été étudié dans ces trois parties, nous nous apercevons que cet ajustement basé sur un certain inconfort, concerne non seulement celui qui est confronté aux œuvres dans la situation de médiation secondaire, mais aussi le professionnel qui participe au travail de médiation primaire et secondaire comme c'est le cas pour le conservateur du musée. On pourrait dire que cela peut être vrai dans tous les musées quand ils accueillent un objet hors norme dans

la collection. Mais avec les œuvres nouveaux médias, cela est particulièrement marqué. A chaque niveau de médiation muséale, les interlocuteurs de ces œuvres rencontrent des désorientations et des dissonances cognitives d'une nature particulière par rapport aux objets que le musée a accueillis traditionnellement.

Apports de la recherche

Cette recherche a permis de faire un point sur le travail de médiation du musée pour les œuvres nouveaux médias et sur celui de la réception par le visiteur, dans un domaine artistique en évolution permanente. En réponse à une question fréquente en ce domaine « Est-il judicieux de théoriser le présent quand il semble changer si vite ? »¹, Lev Manovich a souligné l'importance de faire une « théorie du présent », en rappelant que le centre d'intérêt de la recherche du domaine, se place plutôt sur les spéculations du « futur » que sur la théorisation ou la documentation du « présent » (Manovich, 2001, p. 6-8). Dans la même optique, nous voyons bien la nécessité de faire un état des lieux concernant la relation des œuvres nouveaux médias avec un milieu muséal, qui est lui-même, en constante évolution avec la modification de la notion de l'art. Avec la présente thèse, il s'agit de prendre acte à un moment donné de ces évolutions, avec pour but de contribuer à de futures recherches.

Le modèle de la médiation muséale que nous avons établi pour l'analyse de la médiation appliquée aux œuvres nouveaux médias dans le musée pourrait peut-être contribuer à de prochaines recherches. Ce modèle établi, avec pour but, de faciliter notre analyse de recherche concernant les œuvres nouveaux médias peut effectivement s'appliquer à d'autres types d'œuvres. La place du musée en tant qu'intermédiaire a été déjà soulignée, notamment par le travail de Davallon, concernant le musée comme « média » en sens élargi. Etant donné que la notion et le cadre de la médiation muséale sont le plus souvent employés de manière ambiguë et à différentes échelles, le modèle ici proposé pourrait servir de critère d'analyse, que nous souhaiterions être assez pertinent pour s'appliquer à des recherches.

La thèse a été une occasion d'avancer en termes de recherche empirique,

¹ "Does it make sense to theorize the present when it seems to be changing so fast?" (Manovich, 2001, p. 7)

notamment avec le sujet de recherche portant sur le visiteur-spectateur des œuvres nouveaux médias dans le musée. Nous avons déjà constaté que le visiteur ou spectateur a joué un rôle essentiel dans les œuvres nouveaux médias depuis leur apparition. Il n'est pas seulement un spectateur qui se limite à « regarder » l'œuvre, mais il fait partie de l'œuvre même : sa participation est une partie de l'idée même de l'œuvre.

Cependant, malgré l'intérêt des artistes qui intègrent la participation ou la présence du spectateur dans les œuvres, la question de la réception de ces œuvres a été rarement abordée dans les recherches scientifiques. Dans la conception d'une œuvre, d'une exposition, le spectateur semble être toujours considéré comme quelqu'un qui est censé suivre le scénario proposé par l'artiste ou par le concepteur de l'exposition. Les artistes ont essayé de placer le spectateur au cœur de l'œuvre et même quelquefois, l'ont intégré comme partie de l'œuvre, mais malgré leurs efforts, il semble que la situation de réception des œuvres nouveaux médias n'est pas meilleure que celle d'autres types d'œuvres d'art, et ceci apparaît à travers notre étude.

Or, cette absence de recherche empirique rappelle l'histoire de la recherche sur le public des médias. Au début ce public était considéré comme une masse, c'est-à-dire permettant de mesurer le taux d'audience dans un but de rentabilité des productions de la télévision ou de la radio. Mais petit à petit, un public de chair et d'os s'est profilé et a fait l'objet de recherches. Ceci ne serait sans doute pas advenu sans l'évolution du statut du public dans les médias, notamment avec l'arrivée de la télécommande qui a facilité le choix et le changement de chaîne en donnant au téléspectateur un certain pouvoir de décision de ses propres choix. Tandis que l'intérêt pour le spectateur des médias est au cœur de nombreuses recherches dans la science de l'information et de la communication, la recherche sur les spectateurs des médias œuvres d'art est très rare. Ceci est probablement dû à l'ambiguïté de ces œuvres-objets qui ne trouvent pas une vraie et légitime place dans les disciplines scientifiques ; ils ne se situent ni tout à fait dans l'histoire de l'art, ni exactement dans la science de l'information et de la communication, mais à la fois dans les deux, comme c'est le cas avec la présente recherche. Nous espérons que notre démarche qui est issue de cette lacune dans la recherche scientifique (avec peu de recherches de référence), contribuera à l'évolution de la recherche sur les spectateurs des médias en tant qu'œuvres d'art.

Comme il s'agit ici d'un domaine très hétérogène, l'étude de cas que nous avons conduite n'a sans doute pas permis d'examiner toutes les problématiques que nous pouvons rencontrer avec d'autres types d'œuvres nouveaux médias. Par exemple dans l'exposition « elles@centrepompidou », que nous avons analysée comme notre objet empirique, il y avait une forte présence d'œuvres vidéographiques, comme des monobandes ou des installations, mais pas d'œuvres interactives, comme ce peut être le cas avec un CD-Rom ou une œuvre usant de la caméra surveillance, qui suscitent davantage l'intervention et la présence du spectateur. Ceci explique encore une fois, que l'art vidéo a acquis une certaine légitimité dans le milieu institutionnel de l'art, depuis plus longtemps que d'autres œuvres qui utilisent des médias apparus plus récemment.

A la suite de cette recherche, nous espérons que la recherche sur la médiation muséale pour ces œuvres se poursuivra, notamment avec un sujet portant sur la médiation tertiaire, que nous n'avons pu aborder et développer d'une manière approfondie dans cette recherche. Enfin nous revenons vers des questions fondamentales : qu'est-ce qu'une œuvre d'art et que signifie exactement l'acte de « regarder » ? Pour ne pas laisser le visiteur devenir un simple « badaud »² qui ne se trouve pas sa place face à ces œuvres, comme Christiane Paul l'a souligné, il faudrait élargir le public des œuvres nouveaux médias, afin de sortir ces œuvres de leur ghetto. Cela serait possible avec une démarche des conservateurs et des institutions, pour rendre l'échange avec ces œuvres, plus facile pour les visiteurs (Paul, 2009, p. 66). Afin de créer justement plus de médiation tertiaire pour les œuvres nouveaux médias, ce qui est pour le moment assez problématique à cause de conditions matérielles pragmatiques, davantage de recherche serait nécessaire pour mieux identifier la question de la réception de ces œuvres dans le contexte muséal.

² « [...] N'allons pas toutefois confondre le flâneur avec le badaud : il y a une nuance que sentiront les adeptes. Le simple flâneur observe et réfléchit ; il peut le faire du moins. Il est toujours en pleine possession de son individualité. Celle du badaud disparaît, au contraire, absorbée par le monde extérieur qui le ravit à lui-même, qui le frappe jusqu'à l'enivrement et l'extase. Le badaud, sous l'influence du spectacle, devient un être impersonnel ; ce n'est plus un homme : il est public, il est foule. [...] » (Fournel, 1858, p. 263)

RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

- Albera, François, Marta Braun et André Gaudreault. 2002. *Arrêt sur image, fragmentation du temps : aux sources de la culture visuelle moderne*. Lausanne: Payot Lausanne, 351 p.
- Allard, Laurence. 1994. « Dire la réception - Culture de masse, expérience esthétique et communication ». *Réseaux*, p. 65-84.
- Aragon, Louis. 1978. *Le Paysan de Paris*. Paris: Gallimard, 1978, 248 p.
- Balle, Francis. 2004. *Les médias*, 1re éd. Coll. «Que sais-je? ; 3694». Paris: Presses universitaires de France, 127 p.
- Balle, Francis, et Gérard Eymery. 1996. *Les nouveaux médias*, 4e éd. mise à jour. Coll. «Que sais-je? ; 2142». Paris: Presses universitaires de France, 127 p.
- Belloir, Dominique. 1981. *Vidéo art explorations*. Paris: Editions de l'Etoile - Cahiers du cinéma, 102 p.
- Benjamin, Walter Gandillac Maurice de Rochlitz Rainer Rusch Pierre. 2000a. «L'œuvre d'art à l'époque de sa reproductibilité technique (1939)». In *Œuvres. Tome III*, p. 269-316. Paris: Gallimard.
- , 2000b. «Paris, capitale du XIXe siècle : exposé (1935)». In *Œuvres. Tome III*, p. 44-66. Paris: Gallimard.
- Benjamin, Walter Lacoste Jean. 1989. *Paris, capitale du XIXe siècle : le livre des passages*. Paris: Cerf, 974 p.
- Bourdieu, Pierre. 1979. *La distinction critique sociale du jugement*. Coll. «Le Sens commun». Paris: Éditions de Minuit, 670 p.
- Boyle, Deirdre. 1992. «From Portapak to Camcorder : A Brief History of Guerrilla Television». *Journal of Film and Video*, vol. 44, no 1/2, p. 67-79.
- Bureaud, Annick. 2004. «Les basiques : l'art « multimédia »». Leonardo/Olats. En ligne. <<http://www.olats.org/livresetudes/basiques/basiques.php>
<http://www.olats.org/livresetudes/basiques/basiquesAM.php>>.
- Caillet, Élisabeth, et Daniel Jacobi. 2004. *Les médiations de l'art contemporain*. Arles: Actes sud, 191 p.
- Caillet, Élisabeth, et Evelyne Lehalle. 1995. *À l'approche du musée la médiation culturelle*. Coll. «Collection Muséologies». Lyon: Presses universitaires de Lyon, 306 p.
- Centre Georges Pompidou., et Bernadette Dufrêne. 2007. *Centre Pompidou, trente ans d'histoire*. Paris: Éditions du Centre Pompidou, 661 p.
- Centre Pompidou, Direction des publics (décembre 2010). Le film, Dossiers pédagogiques -

- collections du musée. 2010 En ligne. <<http://mediation.centrepompidou.fr/education/ressources/ENS-film/ENS-film.html>>.
- (juillet 2011). Œuvres sonores et plastiques, Dossiers pédagogiques - collections du musée. 2011 En ligne. <<http://mediation.centrepompidou.fr/education/ressources/ENS-oeuvres-sonores/ENS-oeuvres-sonores.html>>.
- (septembre 2011). Les nouveaux médias, Dossiers pédagogiques - collections du musée :. 2011 En ligne. <<http://mediation.centrepompidou.fr/education/ressources/ENS-nouveaux-medias/ENS-nouveaux-medias.html>>.
- Ceva, Marie-Luz. 2004. «L'art contemporain demande-t-il de nouvelles formes de médiation ?». *Culture & Musées*, p. 69-96. In *Persée* <http://www.persee.fr>. En ligne. <http://www.persee.fr/web/revues/home/prescript/article/pumus_1766-2923_2004_num_3_1_1188>.
- Charbonnier, Georges Duchamp Marcel. 1994. *Entretiens avec Marcel Duchamp*. Marseille: A. Dimanche, 96 p.
- Chateau, Dominique, et Bernard Darras. 1999. *Arts et multimédia l'œuvre d'art et sa reproduction à l'ère des médias interactifs*. Coll. «Esthétique 2». Paris: Publications de la Sorbonne, 202 p.
- Cheng, Yuan-Chih (Keith). 2006. «Une acquisition partagée : Bill Viola, Five Angels for the Millenium, 2001». En ligne. <<http://ecran-voile.blogspot.fr/2006/06/une-acquisition-partage-bill-viola.html>>. Consulté le 15/09/2014.
- Compton, Michael. 1977. «La vidéo d'art à la Biennale». In *10e Biennale de Paris : manifestation internationale des jeunes artistes* (Paris, 17 septembre-1er novembre 1977), sous la dir. de Musée d'art moderne de la ville de Paris Biennale de Paris, p. 52-54. Paris: La Biennale.
- Cook, Sarah. 2008. « Immateriality and its discontents : an overview of main models and issues for curating new media ». In *New media in the white cube and beyond : curatorial models for digital art*, Christiane Paul, p. 26-49. Berkeley: University of California Press.
- Cook, Sarah, et Beryl Graham. 2004. « Curating New Media Art: Models and Challenge s ». In *New Media Art: practice and context in the UK 1994-2004*, Lucy Kimbell, p. 84-91. London, Manchester: Arts Council England, Cornerhouse.
- Courtel, Yannick, Nathalie Heinich, Jean-François Lyotard et Charles Perraton. 1986. *Les Immatériaux au Centre G. Pompidou en 1985 : étude de l'événement exposition et de son public*. Coll. «Cahier expo media 1». Paris: Expo media, 155 p.
- Danto, Arthur Coleman. 1989. *La transfiguration du banal : une philosophie de l'art*. Coll. «Poétique». Paris: Éditions du Seuil, 327 p.
- Davallon, Jean. 1992. «Le musée est-il vraiment un média ?». *Publics et Musées*, vol. 2, no 2, p. 99-123.
- 2000. *L'exposition à l'œuvre : stratégies de communication et médiation symbolique*. Coll. «Communication et civilisation». Paris ; Montréal: L'Harmattan, 378 p.

- , 2004. «La médiation: la communication en procès?». *Revue MEI "Médiation et information"*, no 19, p. 37-60.
- Davallon, Jean, Hana Gottesdiener, Joëlle Le Marec et Office de coopération et d'information muséographiques (France). 2000. *Premiers usages des cédéroms de musées : pratiques et représentations d'un produit innovant*. Dijon: OCIM, 146 p.
- Dayan, Daniel. 1992. «Les mystères de la réception». *Le Débat*, vol. n° 71, no sep-oct, p. 15.
- de Mèredieu, Florence. 2004. «Voyage au coeur de la chambre optique». In *Exposer l'image en mouvement?*, Anne-Laure Chamboissier, Philippe Franck, Eric van Essche et Institut supérieur pour l'étude du langage plastique., p. 43-55. Bruxelles: Éditions de la Lettre volée : Iselp.
- , 2008. *Histoire matérielle et immatérielle de l'art moderne & contemporain*, 3e éd. rev. et augm. Paris: Larousse, xlviii, 723 p.
- Desvallées, André , et François Mairesse (2011). *Dictionnaire encyclopédique de muséologie*. Paris, A. Colin
- Dietz, Steve. 2001. «Curating New Media». In *Words of wisdom : a curator's vade mecum on contemporary art*, Carin Kuoni, p. 49-52. New York: Independent Curators International : Distributed worldwide by D.A.P.(Distributed Art Publishers).
- , 2005. «Collecting New-Media Art : Just Like Anything Else, Only Different». In *Collecting the new : museums and contemporary art*, Bruce Altshuler, p. 85-101. Princeton, N.J.: Princeton University Press.
- Documenta 12 Kassel, Elena Zanichelli (interviewer). 2007. «“A form of second life pervades the entire film programme. It touches on one of the fundamental elements of the modern cinema: the question of how one deals with memory.” - Interview with Alexander Horwath». En ligne. <<http://www.documenta12.de/1387.html?&L=1>>. Consulté le Aug 9, 2013.
- Donald, Janet Gail. 1991. « The Measurement of Learning in the Museum ». *Canadian Journal of Education / Revue canadienne de l'éducation*, vol. 16, no 3, p. 371-382.
- Dufrêne, Bernadette, et Michèle Gellereau. 2010. «La médiation culturelle: enjeux professionnels et politiques». In *Médiations*, Dominique Wolton et Vincent Liquète, p. 67-83. Paris: CNRS éditions.
- Ethis, Emmanuel. 2006. *Les spectateurs du temps : pour une sociologie de la réception du cinéma*. Paris, France: L'Harmattan, 320 p.
- Falk, John H. 1982. « The Use of Time as a Measure of Visitor Behavior and Exhibit Effectiveness ». *Roundtable Reports*, vol. 7, no 4, p. 10-13.
- Farmer, John Alan. 2000. «Pop People». In *The new frontier : art and television, 1960-65*, John Alan Farmer, p. 17-67. Austin, Tex.: Austin Museum of Art.
- Festinger, Leon. 1962. *A theory of cognitive dissonance*. Stanford (Calif.): Stanford university press, 291 p.

- Fleischer, Alain. 2012. *L'impératif utopique : souvenirs d'un pédagogue* Trad. de: French. Paris: Galaade éd., 274 p.
- Foucault, Michel. 2009. *Le corps utopique ; suivi de Les hétérotopies*. Paris: Nouvelles éditions Lignes, 64 p.
- Fournel, Victor. 1858. *Ce qu'on voit dans les rues de Paris*. Paris: A. Delahays, 410 p.
- Fraser, Marie. 2007. *Explorations narratives / Replaying narrative : le mois de la photo à Montréal 2007* Trad. de: Text in French and English. Montreal: [s.n.] p.
- Freed, Hermine. 1976. «Where do we come from? Where are we? Where are we going?». In *Video art : an anthology*, Ira Korot Beryl Schneider. New York: Harcourt Brace Jovanovich.
- Gamboni, Dario. 1996. «Histoire de l'art et "réception" : remarques sur l'état d'une problématique». *Histoire de l'art*, vol. N°35/36, no octobre 1996, p. 9-14. EDL.
- Genette, Gérard. 1987. *Seuils*. Paris: Editions du Seuil, 388 p.
- , 1994. *L'œuvre de l'art*. Coll. «Poétique». Paris: Éditions du Seuil, 2 v. p.
- Gentès, Annie, et Camille Jutant. 2012. «Nouveaux médias au musée : le visiteur équipé». *Culture & Musées*, no 19, p. 67-91.
- Gere, Charlie. 2004. «When new media was new: a history of the use of new technologies in art in the post-war era». In *New Media Art: practice and context in the UK 1994-2004*, Lucy Kimbell, p. 47-63. London, Manchester: Arts Council England, Cornerhouse.
- Germain, Floriane. 2014. « Les visites nocturnes, l'impact de la nuit sur l'expérience de visite : cas de la cour Marly au musée du Louvre ». thèse de doctorat en sciences de l'information et de la communication, Université d'Avignon et des Pays de Vaucluse et Université du Québec à Montréal.
- Gervereau, Laurent (1999). *Peut-on apprendre à voir?* Paris, École nationale supérieure des beaux-arts : L'image: 380 p
- Glicenstein, Jérôme. 2009. *L'art : une histoire d'expositions*. Paris: Presses universitaires de France, 256 p.
- Goldstein, Bernadette. 1999. «Le multimédia dans les musées : médiation et usages». In *Arts et multimédia l'œuvre d'art et sa reproduction à l'ère des médias interactifs*, Dominique Chateau et Bernard Darras, p. 159-164, Paris: Publications de la Sorbonne, 202 p.
- Graham, Beryl. 1999. « A Study of Audience Relationships with Interactive Computer Based Visual Artworks ». *Leonardo*, vol. 32, no 4, p. 326-328.
- , 2005. « Taxonomies Of New Media Art – Real World Namings ». Archives & Museum Informatics. En ligne.
<<http://www.archimuse.com/mw2005/papers/graham/graham.html#ixzz1BjC2xXNI>>.
- , 2007. «Redefining Digital Art». In *Theorizing digital cultural heritage : a critical discourse*, Fiona Cameron et Sarah Kenderdine. Cambridge, Mass.: MIT Press. 480 p.

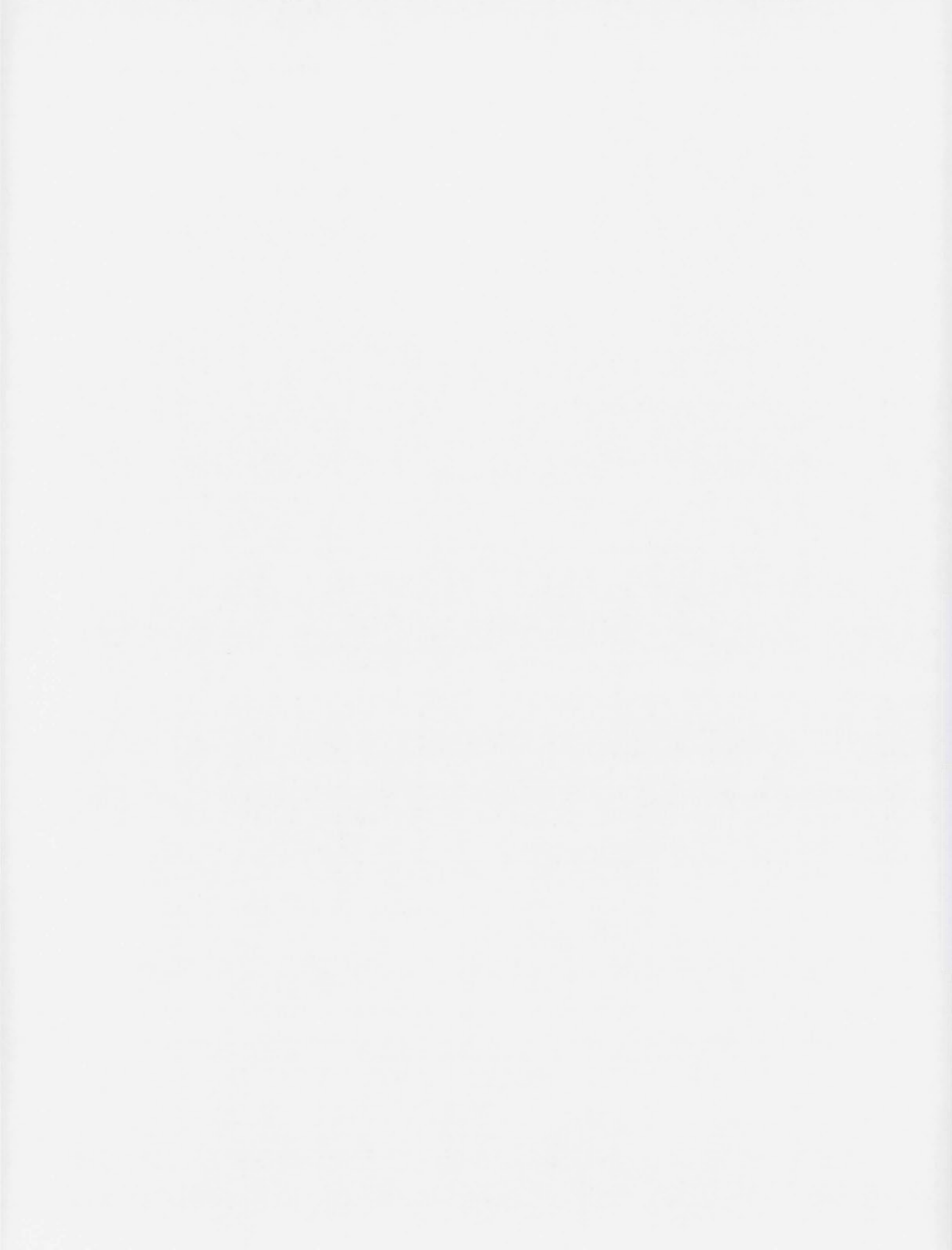
- Graham, Beryl, et Sarah Cook. 2010. *Rethinking curating : art after new media*. Cambridge, Mass.: MIT Press, xv, 354 p.
- Graham, C. E. Beryl. 1997. «A study of audience relationships with interactive computer-based visual artworks in gallery settings, through observation, art practice, and curation». Ph. D., University of Sunderland.
- Grau, Oliver (2007). *MediaArtHistories*. Cambridge, Mass., MIT Press: xii, 475 , [410] de pl. p
- Groupe d'intérêt spécialisé sur l'éducation et les musées. Colloque, Michel Allard, Bernard Lefebvre et Musée d'art contemporain de Montréal. Direction de l'éducation et de la documentation. 1997. *Le musée, un lieu éducatif*. Montréal: Musée d'art contemporain, 416 p.
- Groys, Boris Dick Terence Kunsthalle Basel. 2001. «On the aesthetics of video installations». In *Stan Douglas : le Détroit*, Boris Dick Terence Kunsthalle Basel Groys, p. n.p. Basle: Kunsthalle Basel.
- Guillaume-Hofnung, Michèle. 2003. «Le concept de médiation et l'urgence théorique». *Les Cahiers du CREMOC*, no 35, p. 17-25.
- Heinich, Nathalie. 1998. *L'art contemporain exposé aux rejets études de cas*. Coll. «Rayon art». Nîmes: J. Chambon, 215 p.
- Iles, Chrissie, et Henriette Huldische. 2005. «Keeping time : on collecting film and video art in the museum». In *Collecting the new : museums and contemporary art*, Bruce Altshuler, p. 65-84. Princeton, N.J.: Princeton University Press.
- Iles, Chrissie, et Whitney Museum of American Art. 2001. *Into the light : the projected image in American art, 1964-1977*. New York: Whitney Museum of American Art : Distributed by H.N. Abrams, 183 p.
- Ippolito, Jon. 2008. «Death by wall label». In *New media in the white cube and beyond : curatorial models for digital art*, Christiane Paul, p. 106-132. Berkeley: University of California Press.
- Jadot, Sandrine. 2000. «Carré de pollen de Wolfgang Laib: un cas représentatif de la spécificité de la conservation-restauration d'art contemporain». *Conservation restauration des biens culturels : revue de l'ARAFU*, vol. 16, no Décembre, p. 12-19.
- Jauss, Hans Robert. 1978. *Pour une esthétique de la réception*. Coll. «Bibliothèque des idées». Paris: Gallimard, 305 pages p.
- Jeanneret, Yves. 2007. *Y a-t-il (vraiment) des technologies de l'information?*, Nouv. éd. rev. et augm. . Villeneuve-d'Ascq France: Presses universitaires du Septentrion, 200 p.
- Jeanneret, Yves, et Cécile Tardy. 2007. *L'écriture des médias informatisés : espaces de pratiques*. Paris: Hermès science publications : Lavoisier, 222 p.
- Jutant, Camille. 2011. «S'ajuster, interpréter et qualifier une pratique culturelle : Approche communicationnelle de la visite muséale». thèse de doctorat en sciences de l'information et de la communication, Université d'Avignon et des Pays de Vaucluse et Université du Québec à Montréal, 581 p.

- Kimbell, Lucy Arts Council England. 2004. *New media art : practice and context in the UK 1994-2004*. London: Arts Council England : Cornerhouse Publications, 300 p.
- Kool, Richard. 1986. «Behavioral or cognitive effectiveness: Which will it be?». In *Musee et education modes didactiques d'utilisation des musees : actes du colloque tenu a l'Universite du Quebec a Montreal, les 30, 31 octobre et 1er novembre 1985* (Montréal), sous la dir. de Geneviève Racette et québécois Société des musées, p. 80-84. Montréal: Société des musées québécois.
- Lamizet, Bernard. 1999. *La médiation culturelle*. Coll. «Communication et civilisation». Paris ; Montréal: L'Harmattan, 447 p.
- Laurenson, Pip (2005). The Management of Display Equipment in Time-based Media Installations. Tate Papers, Tate. issue 3 En ligne. <<http://www.tate.org.uk/research/publications/tate-papers/management-display-equipment-time-based-media-installations>>.
- Le Marec, Joëlle. 2007. *Publics et musées : la confiance éprouvée*. Paris: L'Harmattan, 221 p.
- Leighton, Tanya (2008). Art and the moving image : a critical reader. Afterall. London, Tate Pub. : In association with Afterall ; Distributed in the United States and Canada by Harry N. Abrams: 496 p.
- Lippard, Lucy R. 1973, 2001. *Six years : the dematerialization of the art object from 1966-1972*. Berkeley: University of California Press, 272 p.
- Liquète, Vincent. 2010. «Présentation générale: formes et enjeux de la médiation». In *Médiations*, Dominique Wolton et Vincent Liquète, p. 9-31. Paris: CNRS éditions.
- Lovejoy, Margot. 2004. *Digital currents : art in the electronic age*, 3rd expanded. New York: Routledge, xiv, 342 p. p.
- Manovich, Lev. 2001. *The language of new media*. Coll. «Leonardo». Cambridge, Mass.: MIT Press, xxxix, 354 p.
- McLuhan, Marshall. 1964. *Understanding media the extensions of man*. Coll. «Signet Q3039». Toronto: New American Library of Canada, xi, 318 p.
- Melton, Arthur Weever. 1996. *Problems of installation in museums of art*. Coll. «Museum Classics reprint series». Washington, D.C.: American Association of Museums, vii, 269 p.
- Michaud, Philippe-Alain (2006). *Le mouvement des images : 5 avril 2006 - 29 janvier 2007*. Paris, Centre Pompidou
- Miège, Delphine. 2007. «Formes de présence de l'artiste dans les textes de médiation de l'art contemporain : mécanismes et enjeux de la citation». Avignon, Science de l'information et de la communication, Université d'Avignon et des Pays de Vaucluse. UAPV.
- Molnar, Vera. 1997. « La main et le programme ». In *Images numériques : l'aventure du regard : conférences 1996-1997 maître Espaces plastiques, espaces numériques* (Rennes, 1997), sous la dir. de Odile Sauvageot Jacques École des beaux-arts Blin, p. 49-51. Rennes: École régionale des beaux-arts de Rennes : Station Arts électroniques, Université Rennes 2.

- Morgan, Jessica. 2004a. «Time after time». In *Time zones : recent film and video*, Jessica Muir Gregor Morgan, p. 5-27. London: Tate.
- , 2004b. *Time zones : Recent Film and Video*. London: Tate, 112 p.
- Morineau, Camille (2009). *Elles@centrepompidou : artistes femmes dans la collection du Musée National d'Art Moderne, Centre de Création Industrielle ; Centre Pompidou, Paris, à partir du 27 mai 2009*. Paris, Centre Pompidou
- Musée d'art moderne de la Ville de Paris, Städtische Kunsthalle. 2003. *Art, Television : Et vidéo*. Paris: Musée d'art moderne de la Ville de Paris], 44 p.
- O'Doherty, Brian. 1986. *Inside the white cube : the ideology of the gallery space*. Santa Monica: Lapis Press, 91 p.
- Odin, Roger. 2011. *Les espaces de communication : introduction à la sémio-pragmatique*. Grenoble: Presses universitaires de Grenoble, 159 p.
- , 2014. *Espace de communication mental et espace de communication physique: D'un écran à l'autre : les mutations du spectateur, du 21 au 23 mai 2014* (Paris). INA.
- Osborne, Peter. 2004. «Distracted reception: time, art, and technology». In *Time zones : recent film and video*, Jessica Muir Gregor Morgan, p. 112 p. : ill. ; 122 cm. London: Tate Publishing.
- Paik, Nam June (1981). L'arche de Nam June Paik. Art Press no. 47 (Avril 1981) p. 7-9
- Parfait, Françoise. 2001. *Video : un art contemporain*. Paris: Regard : Adagp, 366 p.
- , 2006. «L'installation en collection». In *Collection nouveaux médias installations : la collection du Centre Pompidou, Musée national d'art moderne, Musée national d'art moderne (France) et Christine Van Assche*, p. 32-63. Paris: Centre Pompidou.
- Park, Ji Eun. 2007. «Diffusion et réception des œuvres nouveaux médias ; étude de cas ; la collection nouveaux médias du Centre Pompidou /Mnam-Cci». Mémoire, Paris, Muséologie, Ecole du Louvre, 127 p.
- Passeron, Jean Claude Pedler Emmanuel. 1999. «Le temps donné au regard. Enquête sur la réception de la peinture». Département des arts et lettres - Université du Québec à Chicoutimi Érudit.
- Passeron, Jean Claude, et Emmanuel Pedler (déc 1991). Le temps donné aux tableaux: compte-rendu d'une enquête au musée Granet. Document CERCOM / IMEREC
- Paul, Christiane. 2004. *L'art numérique*. Paris: Thames & Hudson, 224 p.
- (2008). *New media in the white cube and beyond : curatorial models for digital art*. Berkeley, University of California Press: 273 p
- Rackham, Melinda. Avril 2002. «Re: [-empyre-] Forward from ippolito re gift economy vs art market #1». En ligne. <<http://lists.cofa.unsw.edu.au/pipermail/empyre/2002-April/msg00046.html>>. Consulté le Jan 7, 2014.
- Rees, A. L. 2011. *Expanded cinema : art, performance, film*. London: Tate Gallery Pub., 312 p.

- Rieffel, Rémy. 2005. *Sociologie des médias*, 2e édition enrichie et actualisée. Coll. «Infocom». Paris: Ellipses, 223 p.
- Ross, Christine. 2006. «The Temporalities of Video: Extendedness Revisited». *Art Journal*, vol. 65, no 3, p. 82-99.
- Ross, David A., et San Francisco Museum of Modern Art. 1999. *Seeing time selections from the Pamela and Richard Kramlich collection of media art*. San Francisco: San Francisco Museum of Modern Art, 179 p.
- Rush, Michael. 2003. *L'art vidéo*. Paris: Thames & Hudson, 224 p.
- , 2005. *Les nouveaux médias dans l'art*, Nouv. éd. rev. et augm. Coll. «Univers de l'art». Paris: Thames & Hudson, 248 p.
- Saint Augustin, Labriolle Pierre de. 1969. *Confessions. Livres IX-XIII* Trad. de: *Texte latin et trad. française en regard*. Paris: les Belles lettres p.
- Sawelson-Gorse, Naomi. 2000. «Sound bites & spin doctors». In *The new frontier : art and television, 1960-65*, John Alan Farmer, p. 69-87. Austin, Tex.: Austin Museum of Art.
- Schubiger, Benno. 2010. «Les "Period Rooms" dans les musées : la mémoire de la vie quotidienne». *Heimatschutz Patrimoine*, vol. 3/10, p. 14-15.
- Schum, Gerry, Ursula Wevers, Dorine Mignot et Amsterdam (Pays-Bas). Stedelijk Museum. 1979. *Gerry Schum*. Amsterdam: Stadsdrukkerij Van Amsterdam, 80 pages p.
- Serrell, Beverly. 1997. «Paying Attention: The Duration and Allocation of Visitors' Time in Museum Exhibitions». *Curator*, vol. 40, no 2, p. 108-125.
- ServiceNouveauxMédias (décembre 2010). Collection Nouveaux Médias : vidéos, cédéroms et œuvres sonores d'artistes, installations vidéo, sonores et multimédias. Centre Pompidou-Musée national d'art moderne/Centre de création industrielle. Paris En ligne. <<http://mediation.centrepompidou.fr/pdf/collectionNM.pdf>>.
- Shanken, Edward A. 2007. «Historizing art and technology: forging a method and firing a canon». In *MediaArtHistories*, Oliver Grau, p. 43-70. Cambridge, Mass.: MIT Press.
- Spigel, Lynn. 1992. *Make room for TV : television and the family ideal in postwar America*. Chicago: University of Chicago Press, 236 p.
- Thonon, Marie (2003a). Médiations & médiateurs. Revue MEI "Médiation et information". Saint Denis, France, Université Paris VIII UFR-SAT de communication
- , 2003b. «Médiations & médiateurs : présentation». *Revue MEI "Médiation et information"*, no 19, p. 7-10.
- Tobelem, Jean-Michel , Pierre Rosenberg et Bernard Deloche. 2010. *Le nouvel âge des musées les institutions culturelles au défi de la gestion*. Paris: A. Colin, 324 p.
- Tribe, Mark, Reena Jana et Uta Grosenick. 2006. *New media art*. Coll. «Basic art series». Köln ; Los Angeles: Taschen, 95 p. p.

- , 2009. *Art des nouveaux médias*. Köln: Taschen, 95 p.
- Turvey, Malcolm, Hal Foster, Chrissie Iles, George Baker, Matthew Buckingham et Anthony McCall. 2003. «Round Table: The Projected Image in Contemporary Art». *October*, vol. 104, p. 71-96.
- Van Assche, Christine. 2006a. «Aspects historiques et muséologiques des œuvres nouveaux médias». In *Collection nouveaux médias installations : la collection du Centre Pompidou, Musée national d'art moderne*. Paris: Centre Pompidou.
- (2006b). *Collection nouveaux médias installations : la collection du Centre Pompidou, Musée national d'art moderne*. Paris, Centre Pompidou: 288 p
- Van Assche, Christine Pacquement Alfred. 2012. *Vidéo vintage 1963-1983, une sélection de vidéos fondatrices des collections nouveaux médias du Musée national d'art moderne Centre Pompidou exposition, Centre Pompidou, Paris, du 8 février au 7 mai 2012*. Paris: Ed. du Centre Pompidou, 64 p.
- Vanoye, Francis. 1989. *Récit écrit, récit filmique*. Paris: Nathan, 222 p.
- Velarde, Giles. 1988. *Designing exhibitions*. New York: Whitney Library of Design, 188 p.
- Verón, Eliseo, Martine Levasseur et Jean-Francois Barbier-Bouvet. 1989. *Ethnographie de l'exposition : l'espace, le corps et le sens*. Paris: Centre Georges Pompidou Bibliothèque publique d'information, 178 p.
- Viola, Bill. Mar 25-27, 1998. «Permanent Impermanance». In *Mortality immortality? : the legacy of 20th-century art* (Los Angeles, 1999), sous la dir. de Miguel Angel Corzo, p. 85-94. Los Angeles: Getty Conservation Institute. Consulté le Corzo, Miguel Angel.
- Viola, Bill, et Raymond Bellour. janvier 1986. «Entretien avec Bill Viola : L'espace à pleine dent». *Cahiers du cinéma*, no 379, p. 35-42.
- Weltzl-Fairchild, Andrea, Colette Dufresne-Tasse et Lise Dube. 1997. «Aesthetic Experience and Different Typologies of Dissonance». *Visual arts research.*, vol. 23, no 45, p. 158.
- Zelanski, Paul, et Mary Pat Fisher. 1999. *The art of seeing*, 4th. Upper Saddle River, N.J.: Prentice-Hall, 544 p.



***Médiation et réception des œuvres nouveaux médias dans les institutions muséales d'art contemporain :
étude de cas du CP-MNAM/CCI en rapport avec les cas du MACM, du WMAA et du ZKM***

Cette thèse vise à comprendre comment les œuvres « nouveaux médias » interrogent le fonctionnement traditionnel du musée d'art et le processus d'appropriation par le visiteur. Afin d'analyser les particularités de la médiation et de la réception de ce type d'œuvres dans le contexte muséal, elle propose d'envisager l'ensemble du fonctionnement muséal comme une médiation au sens large. Les trois aspects propres aux œuvres nouveaux médias – le temps, l'espace et le récit, alimentent, tout au long de la thèse, les problématiques de leur médiation et de leur réception dans le cadre muséal. En effet ce ne sont ni tout à fait des « œuvres » d'art dans le sens traditionnel, elles ne sont ni « nouvelles » au sens strict, ni des « médias » comme ceux du quotidien, ceci malgré l'association de ces trois mots débouchant sur une terminologie et une catégorie muséales.

Chaque partie de la thèse est organisée sous la forme d'un palier processuel et traite un objet spécifique de recherche: le sens des médias et l'évolution de leur place dans l'histoire de l'art (1^{ère} partie); les cas du Centre Pompidou, du Whitney Museum of American Art, du Musée d'art contemporain de Montréal et du ZKM (2^{ème} et 3^{ème} parties); enfin l'exposition « elles@centrepompidou » (4^{ème} partie). L'analyse sémiopragmatique des offres de médiation pour les œuvres nouveaux médias et l'étude du public par l'observation et l'entretien permettent de comprendre que le visiteur du musée est confronté à une superposition des horizons d'attente face aux œuvres nouveaux médias: ceux générés par le musée d'art, par les médias et par les technologies industrielles. Cela le conduit à déambuler, tel un « flâneur » dans un passage parisien, comme l'a décrit Walter Benjamin.

Mots clefs : nouveaux médias – art vidéo – Net art – art et média – exposition – musée – médiation muséale – réception de l'art – expérience de visite – horizons d'attente – art contemporain

***Mediation and reception of new media art in the contemporary art museums :
a case study of CP-MNAM / CCI in relation with the cases of MACM, the WMAA, and ZKM***

This thesis aims to understand how 'new media' art questions the traditional functioning of the art museum and its process of appropriation by the visitor. In order to analyze the characteristics of mediation and reception of such works in the museum context, it proposes to holistically consider museum functioning as mediation. The three specific aspects of new media artwork - time, space and narrative, are, throughout the thesis, the keys to approaching the problems of their mediation and reception in the museum setting. In fact, these are neither entirely 'works of art' as in a traditional sense, nor 'new' in a strict sense, nor 'media' as in everyday life, although the association of these three words leads to a terminology and a museum category.

Each part of the thesis is organized in the form of a procedural step and addresses a specific object of research : the meaning of media and the evolution of its place in the history of art (Part I) ; the cases of the Centre Pompidou, the Whitney Museum of American Art, the Museum of Contemporary Art of Montreal and the ZKM (Part II and III); Finally, the exhibition *elles@centrepompidou* (Part IV). The semio-pragmatic analysis of mediation offers for new media works and the audience research by way of observations and interviews allow the understanding that the museum visitor is confronted with a superposition of horizons of expectation in front of these artworks: those generated by the art museum, the media, and the industrial technology. This leads the viewer to stroll as a 'flâneur' in a Parisian Arcade does, as described by Walter Benjamin.

Keywords : New media – Video art – Net art – Art and media – Museum – Museum education – Reception of art – Visit experience – Horizon of expectation – Contemporary art